



Dissertação de Mestrado

O MARKETING COMO FORÇA DE RECRUTAMENTO DAS FORÇAS ARMADAS

A DISRUPTIVIDADE DA CARREIRA A CONTRATO

AUTOR: PEDRO MIGUEL SANTOS FARIA

ORIENTADOR: PROFESSOR DOUTOR GONÇALO CAETANO ALVES

INSTITUTO PORTUGUÊS DE ADMINISTRAÇÃO E MARKETING DO PORTO, [JUNHO, 2018]

AGRADECIMENTOS

Começo por agradecer, em primeiro lugar, à minha família, especialmente aos meus pais, não só pelo apoio e disponibilidade que sempre me dispensaram, para que eu pudesse realizar este trabalho, como pelo acompanhamento de todo o meu percurso, em quaisquer situações, boas ou menos boas.

Ademais, um sincero obrigado ao meu orientador, o Professor Doutor Caetano Alves, bem como às Professoras Doutoras Carla Pereira, Alcina Lourenço, Natasha Silva, Carla Lobo, Cláudia Carvalho e Mónica Azevedo, pela ajuda prestada, em diferentes contextos, na elaboração da dissertação.

Agradeço, ainda, a todos aqueles que dedicaram um pouco do seu tempo, ao preenchimento do questionário pois, do seu conjunto, surgiu a perceção do estudo em questão.

Aproveito para agradecer, também, ao meu tio, o Coronel Tirocinado Lúcio Agostinho dos Santos, tanto pela sugestão do tema, como pelos seus conselhos e retificações, sempre que necessário, e porque mais inserido no contexto militar.

Assim, sem a contribuição de todos, nas mais variadas formas, não teria sido possível a realização deste trabalho, com o mesmo rigor informativo.

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS	2
ÍNDICE	3
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	5
ÍNDICE DE QUADROS.....	6
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	9
RESUMO	10
ABSTRACT	11
INTRODUÇÃO	12
1. CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA EM ESTUDO	16
1.1. Questão de partida.....	16
1.2. Problema encontrado	16
1.3. Objetivo geral.....	16
1.4. Objetivos específicos.....	16
1.5. Pertinência do estudo.....	17
2. REVISÃO DA LITERATURA.....	19
2.1. Enquadramento legal	19
2.2. Enquadramento teórico	21
2.2.1. Marketing num contexto militar.....	21
2.2.2. Comunicação, informação e persuasão	25
2.2.3. As Forças Armadas	31
3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO	33
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS.....	39
4.1. Análise mista.....	39

4.2. Análise quantitativa	40
4.3. Análise qualitativa	62
5. CONCLUSÕES.....	81
6. PROPOSTAS DE VALOR.....	85
6.1. Incentivos ao recrutamento de ex-militares.....	85
6.2. Formação profissional integrada na carreira a contrato.....	86
6.3. O trade off entre a carreira militar a contrato e o mundo académico	87
6.4. Incremento da capacidade de comunicação das Forças Armadas	88
6.5 Aproximação das Forças Armadas à sociedade	88
6.6. Remodelação da atual estrutura do DDN.....	89
6.7. Compreensão da situação interna do RC.....	90
7. LIMITAÇÕES.....	91
8. RECOMENDAÇÕES.....	93
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	94
ANEXOS.....	98
Anexo 1 - Modelo de questionário aplicado (suporte papel)	98
Anexo 2 - Análise estatística do questionário	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Evolução de efetivos nas Forças Armadas	15
Gráfico 2 - Idade dos inquiridos	43
Gráfico 3 - Seguir carreira militar.....	44
Gráfico 4 - Vontade de seguir carreira militar análise por género	46
Gráfico 5 - Vontade de seguir carreira militar, análise por tendência de resposta.....	46
Gráfico 6 - Habilitações académicas	47
Gráfico 7 - Situação profissional vs pensar em seguir carreira militar	49
Gráfico 8 - Vontade de seguir carreira militar vs recolha de informação.....	51
Gráfico 9 - Meios de comunicação das FFAA	58
Gráfico 10 - Tempo despendido diariamente em meios de comunicação, por género.....	60

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 - Motivos que levam jovens que pensaram em seguir carreira militar.....	63
Quadro 2 - O que faria para mudar a experiência do DDN.	66
Quadro 3 - Locais onde pesquisariam informação acerca das FFAA.	70
Quadro 4 - Motivos para a dificuldade de recrutamento.	72
Quadro 5 - Planeamento de efetivos (2015-2017).....	103
Quadro 6 - Idade versus. pensar seguir uma carreira militar.	103
Quadro 7 - Testes qui-quadrado	103
Quadro 8 - Idade versus situação profissional.....	104
Quadro 9 - Idade versus utilização de meios de comunicação.....	104
Quadro 10 - Idade versus tempo aproximado utilizado diariamente em meios.....	104
Quadro 11 - Género versus pensar seguir carreira militar.	105
Quadro 12 - Testes qui-quadrado	105
Quadro 13 - Género versus conhecimento dificuldades de recrutamento... ..	105
Quadro 14 - Testes qui-quadrado	105
Quadro 15 - Habilitações literárias versus pensar seguir carreira militar.	106
Quadro 16 - Teste de correlação	106
Quadro 17 - Habilitações literárias versus o que sabe sobre o RC das FFAA.....	106
Quadro 18 - Seguir carreira militar versus situação de emprego.	107
Quadro 19 - Pensar seguir carreira militar versus principal motivo.	107
Quadro 20 - Testes qui-quadrado	107
Quadro 21 - Seguir carreira militar versus o que mais gostou no DDN.	107
Quadro 22 - Testes qui-quadrado	108
Quadro 23 - Pensou seguir carreira militar versus ouviu comunicação das FFAA.....	108
Quadro 24 - Testes qui-quadrado	108
Quadro 25 - Seguir carreira militar versus conhecimento dificuldades de recrutamento. ..	108

Quadro 26 - Razão de existência das FFAA.....	109
Quadro 27 - Razão da existência do DDN.....	109
Quadro 28 - Idade versus participação no DDN.....	109
Quadro 29 - Testes qui-quadrado	109
Quadro 30 - Participação no DDN versus pensar seguir carreira militar.	110
Quadro 31 - Participação no DDN versus conhecimento sobre o RC.....	110
Quadro 32 - Testes qui-quadrado	110
Quadro 33 - Participou no DDN versus onde obter informação sobre FFAA.	110
Quadro 34 - Participou no DDN versus conhecimento dificuldades recrutamento... ..	111
Quadro 35 - Participou no DDN versus descrever experiência.....	111
Quadro 36 - Já participou no DDN versus considera esse dia importante.....	111
Quadro 37 - Teste qui-quadrado	112
Quadro 38 - O que menos gostou no DDN	112
Quadro 39 - O que mais gostou no DDN.....	112
Quadro 40 - Importância do DDN versus como obter informação.	112
Quadro 41 - Testes qui-quadrado	113
Quadro 42 - Testes qui-quadrado	113
Quadro 43 - O que sabe sobre o RC versus comunicação das FFAA (meio)	113
Quadro 44 - Teste de variância.....	114
Quadro 45 - Estatística descritiva	114
Quadro 46 - Análise Klmogorov.....	114
Quadro 47 - Testes estatísticos.....	114
Quadro 48 - Testes qui-quadrado	114
Quadro 49 - Conhecimento de benefícios do RC.....	115
Quadro 50 - Testes qui-quadrado	115
Quadro 51 - Testes qui-quadrado	115

Quadro 52 - Utilização dos meios de comunicação.....	115
Quadro 53 - Informação sobre FFAA versus Tempo de utilização de meios.....	115
Quadro 54 - Testes qui-quadrado	116
Quadro 55 - Período de utilização meios comunicação	116
Quadro 56 - Informação sobre FFAA em meios de comunicação	116
Quadro 57 - Testes qui-quadrado	116
Quadro 58 - Testes qui-quadrado	117
Quadro 59 - Informação sobre FFAA	117
Quadro 60 - Testes qui-quadrado	117
Quadro 61 - Testes qui-quadrado	117
Quadro 62 - Testes qui-quadrado	117
Quadro 63 - Pensou seguir carreira militar versus obter informação sobre FFAA.	118
Quadro 64 - O que sabe acerca do regime de contrato nas FFAA	118

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AMA	American Marketing Association
AMP	Área Metropolitana do Porto
CIOFE	Centro de Informação e Orientação para a Formação e Emprego
CmdPess	Comando de Pessoal – unidade de apoio
CRP	Constituição da República Portuguesa
DDN	Dia da Defesa Nacional
DORH	Direção de Obtenção de Recursos Humanos
DR	Diário da República
FFAA	Forças Armadas
GAMP	Grande Área Metropolitana do Porto
GNR	Guarda Nacional Republicana
INE	Instituto Nacional de Estatística
LSM	Lei do Serviço Militar
LOBOFA	Lei Orgânica de Bases da Organização das Forças Armadas
PSP	Polícia de Segurança Pública
RC	Regime de contrato
RV	Regime de voluntariado
SS	Segurança Social

RESUMO

Pela observação do atual contexto vivido nas Forças Armadas nacionais, no que respeita às suas dificuldades de recrutamento de jovens para o regime de contrato, foi decidido abordar-se o tema, por forma a identificarem-se os principais motivos que os levam a não se candidatarem ao mundo militar.

Assim, este trabalho tem em vista, e sempre na ótica dos jovens, o estudo das motivações que os levam a rejeitar, cada vez mais, um percurso militar, em detrimento de outros que poderão considerar mais apelativos, com melhores condições associadas e/ou com maior perspetiva de futuro (como, por exemplo, a continuação dos seus estudos académicos ou o seguimento de outros percursos profissionais).

Para tal, será usada a técnica de questionário, numa aproximação ao público-alvo, através de algumas questões fechadas e outras abertas. Note-se que este é composto por jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 27 anos, residentes na Grande Área Metropolitana do Porto (GAMP).

É seguro afirmar, então, que o pretendido com o estudo, é perceber-se o ponto de vista dos jovens acerca da atual oferta de emprego das Forças Armadas, aquando comparada com a dos restantes agentes a operar no mercado de trabalho, para que, posteriormente, se possa delimitar uma linha de orientação, que permita, à organização, aumentar a sua atratividade e, conseqüentemente, o recrutamento de jovens para a carreira militar a contrato.

Palavras-chave: MARKETING, FORÇAS ARMADAS, DIA DA DEFESA NACIONAL, REGIME DE CONTRATO, COMUNICAÇÃO.

ABSTRACT

From a big picture perspective on the most recent developments of the Portuguese Army, regarding the difficulties on the recruitment of new members, it was decided to take an in-depth look at this subject in order to establish what are the main dissuading motives that are keeping the youngsters away from the military world.

Thus, in this assignment, and always from an young adult's point of view, we will concern ourselves with the reasons that are making them discard a military career and pursue different paths that, for them, seem more appealing and are also associated with better future prospects (e.g. obtaining higher education).

To approach our target, it will be used the questionnaire surveys technique, with some questions being opened, and others closed. It should be noted that the youngsters shall have between 18 and 27 years old and need to reside in the GAMP.

Considering the above, we'll provide an analysis of the actual job offers available on the Portuguese Army, while comparing it with the job offers given by other companies and enterprises on the Portuguese labour market. Moreover, it will be given some guidelines in order to allow the organization to become more appealing for young adults and thus increase its recruitment.

Keywords: MARKETING, ARMED FORCES, DAY OF NATIONAL DEFENSE, MILITARY ENLISTMENT CONTRACT, COMMUNICATION.

INTRODUÇÃO

As Forças Armadas (FFAA) portuguesas têm vindo a sofrer, de ano para ano, uma gradual falta de adesão de jovens para os regimes de voluntariado e de contrato (RV/RC), o que, a médio e longo prazo, se assume como um problema geral para o país, por condicionar o funcionamento interno das FFAA e os próprios compromissos assumidos, nacional e internacionalmente.

Salienta-se, a propósito do mencionado anteriormente, que os objetivos de recrutamento para os anos de 2008, 2009 e 2010 foram de, respetivamente, 11423, 12500 e 12000 efetivos, dos quais seriam incorporados, em 2009, 5026 efetivos, e nos restantes anos, 5000. Contudo, os resultados alcançados não foram os esperados, sendo que houve apenas 6681 candidaturas em 2008, 13161 em 2009, e 12295 em 2010, dos quais foram incorporados 2652, 4560 e 5069 efetivos, para esses anos, respetivamente. Tais dados demonstram a situação crítica vivida pelas FFAA na atualidade (principalmente no ano de 2008), uma vez que, mesmo nos anos referidos (período de crise em que, normalmente seria de esperar que as FFAA verificassem maior números de candidaturas), foram estimadas cerca de 36000 candidaturas - das quais apenas se vieram a verificar 31000 - e era estimado recrutarem-se, aproximadamente, 15000 efetivos, mas apenas foram recrutados cerca de 12250 (Vieira, 2011, p. 18).

Relativamente a dados mais recentes, e pelo contacto com as Forças Armadas, foram conseguidos alguns quadros com informações relativas aos objetivos de recrutamento da Força Aérea e do Exército (Anexo 2 - Quadro 5), não sendo possível, até ao momento, dados relativos à Marinha.

Assim, e começando pelo Exército sabe-se, desde logo, que de 2015 a 2017 o número de candidatos ao RC tem vindo a diminuir, de ano para ano (tendo 8492 candidatos em 2015, 7265 em 2016 e, por fim, 5450 em 2017).

Diga-se, ainda, que muito embora os objetivos de recrutamento autorizados pelo Governo fossem superiores em 2016 e 2017, face a 2015, o número de incorporados apresenta-se, no entanto, bem mais reduzido, independentemente do ano em causa - tal

será justificado pelas provas de seleção que excluem, logo à partida, muitos dos que se candidataram.

Desta forma, é notável, a diferença entre o número de contratados que o Exército estimara recrutar (consoante a autorização do Governo), face ao que, de facto se veio a verificar, independentemente do ano em questão (para 2017, por exemplo, foi autorizado o recrutamento de 4075 indivíduos para o regime de contrato, e apenas se conseguiu incorporar menos de metade desse efetivo, 2030 jovens).

A título de conclusão, e para comprovar a difícil situação vivida no primeiro dos três ramos das Forças Armadas, entre 2015 e 2017, houve uma redução total no número de candidaturas em 3042 indivíduos e 237 no número de incorporados, muito embora se tenha verificado um aumento dos objetivos de recrutamento autorizados, em 1705 indivíduos.

Quanto à Força Aérea, vive-se um problema muito semelhante, tendo havido, em 2015 um total de 2674 candidaturas (das quais apenas incorporados 548 militares, face aos 600 que planeavam recrutar), em 2016 um total de 1646 candidaturas (das quais foram incorporados 406 indivíduos) e, por fim, em 2017 onde se verificaram 1522 candidaturas (com 392 incorporados, dos 695 que planeavam recrutar).

Em suma, e de uma forma geral, não só o número de candidaturas para o RC das Forças Armadas tem vindo a ser menor, como também é necessária a respetiva “filtragem” dos candidatos, de acordo com as exigências mínimas para se desempenharem os cargos em questão - justificando-se assim, por conseguinte, o reduzido número de incorporados para o RC de qualquer dos ramos das Forças Armadas, tanto pela diminuição do número de candidaturas, como pela necessidade de filtragem das que se apresentam.

O trabalho assume, então, desde logo, a existência de uma falta de atratividade da carreira militar. As razões para tal, na perspetiva do investigador, poderão estar relacionadas com as baixas condições salariais, a complexidade e a exigência da profissão, falta de publicitação junto dos jovens, entre outras. De um modo ou de outro, o pretendido pelo trabalho é, precisamente, desmistificar-se o problema e as causas do mesmo para que, posteriormente, se possam apresentar algumas soluções e linhas de orientação que permitam às Forças Armadas melhorar a imagem transmitida no mercado de trabalho e, por conseguinte, o respetivo recrutamento de efetivos para os seus quadros, em RC.

Como ponto de partida para a investigação, foram ponderadas, ainda, outras possíveis razões para a perceção do problema que afeta a organização. Hipoteticamente, surgem, por exemplo, a fraca condição física dos jovens em geral, bem como os acrescidos problemas de audição e visão (fruto de uma forte mudança da sociedade, cada vez mais direcionada para a tecnologia e respetivos meios tecnológicos).

Outra causa poderá ser a alteração dos regulamentos de concursos para ingresso nas forças de segurança, particularmente na Guarda Nacional Republicana (GNR) e na Polícia de Segurança Pública (PSP), que passaram a permitir um acesso direto sem que fosse necessária a passagem obrigatória dos jovens pelas FFAA. Realce-se que estas instituições oferecem carreiras mais atrativas e estáveis (o ingresso faz-se para os quadros)

Assim, e tendo em conta o atual problema de recrutamento das Forças Armadas, pretendem-se explorar mais aprofundadamente os motivos que levam os jovens a, tendencialmente, descartarem a opção de uma carreira militar, quer pela persecução dos estudos académicos, quer pela escolha de outros percursos profissionais.

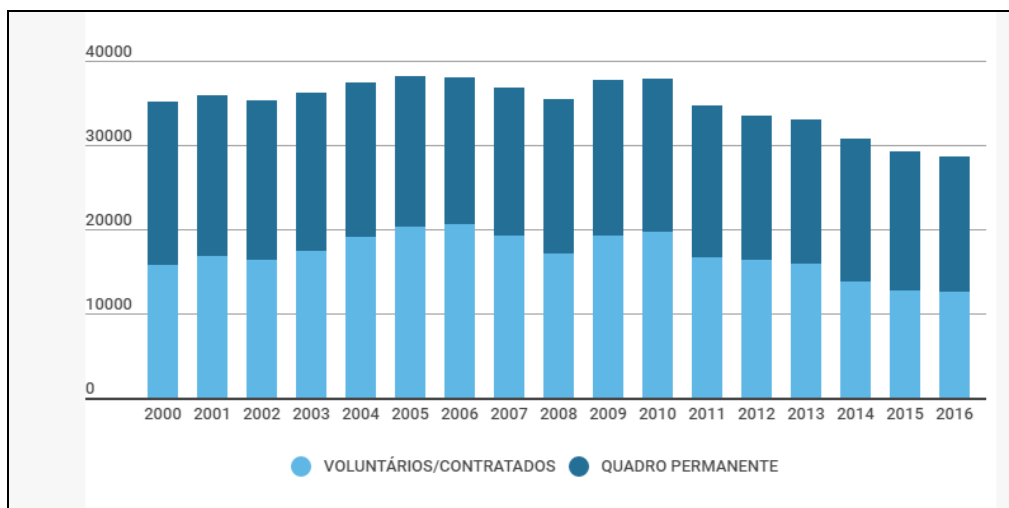
Numa primeira fase do projeto, procurar-se-á entender (através do inquérito por questionário a jovens não pertencentes ao quadro das FFAA), quais os reais motivos que os levam a colocar de parte as Forças Armadas (tendo sempre em conta, como delimitações do trabalho, o recrutamento apenas para o regime de contrato e na Área Metropolitana do Porto).

Posteriormente serão estipuladas algumas linhas de orientação estratégicas, com vista a trabalhar as atuais dificuldades sentidas na organização.

Pretende-se, portanto, com o conhecimento da realidade, por meio da leitura e análise dos resultados, o delineamento de estratégias de intervenção que permitam minimizar, ou mesmo colmatar, os problemas de recrutamento locais e, eventualmente, até numa escala nacional.

Para melhor enquadramento do problema identificado, apresenta-se um gráfico no qual se percebe a evolução dos efetivos nas forças armadas ao longo dos últimos anos. Importa referir que os dados refletem o somatório de todos os efetivos em cada ano, independentemente do número de anos em que se encontram ao serviço.

Gráfico 1 - Evolução de efetivos nas Forças Armadas



Fonte: Ministério da Defesa Nacional

1. CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA EM ESTUDO

1.1. Questão de partida

Quais as principais motivações que levam os jovens portugueses a não seguir uma carreira militar, em regime de contrato (RC)?

1.2. Problema encontrado

Dificuldade de recrutamento de jovens para acesso ao regime de contrato das Forças Armadas.

1.3. Objetivo geral

Perceber os motivos que levam os jovens a não aderirem a uma carreira militar em RC, para que, posteriormente possam ser definidas estratégias para as Forças Armadas (FFAA), de modo a que seja possível corrigir-se o problema encontrado.

1.4. Objetivos específicos

- 1) Entender o que é percecionado pelos jovens, quanto à oferta da carreira militar em regime de contrato, bem como perceber se estes têm um suficiente conhecimento das vantagens e desvantagens a ela inerentes.
- 2) Compreender o contributo e a importância do Dia da Defesa Nacional no atual processo de recrutamento das FFAA (bem como na difusão da sua imagem), através da informação e da cativação dos jovens para um futuro militar.
- 3) Perceber se, do ponto de vista dos jovens, as técnicas e os canais de comunicação utilizados pelas Forças Armadas são os mais adequados para a captação de cidadãos para o regime de contrato.

- 4) Através da interpretação e análise dos dados recolhidos junto da população jovem, encontrar uma linha de orientação que permita às Forças Armadas mitigar os seus problemas de recrutamento atuais.

1.5. Pertinência do estudo

Com a perceção do problema evidenciado e respetivas formas de o colmatar, poderão beneficiar, numa primeira análise, as FFAA, no sentido em que com a alteração das suas estratégias de Marketing, as suas taxas de recrutamento poderão melhorar, aumentando também, por conseguinte, a influência e a eficiência das mesmas, no sentido em que existe uma solidificação e estabilidade internas conquistadas pela capacidade de recrutamento e pela possibilidade de filtragem dos melhores entre os melhores para determinados postos de trabalho dentro da própria organização (contrariamente ao que acontece nos dias de hoje, em que a filtragem é cada vez menos rigorosa e mais facilitada, dada a fraca procura dos jovens por uma carreira militar – especialmente a contrato).

A imagem das FFAA, por sua vez, poderá também, ser melhorada, aos olhos dos cidadãos – fundamentalmente, dos jovens –, caso seja feito um esforço no sentido de se perceber quais as razões que levam à falta de atratividade da organização e, posteriormente, combaterem-se tais problemas, com soluções práticas e eficazes. E, uma vez alterada, a imagem, muito embora “o produto/serviço possa permanecer idêntico”, a procura por uma carreira militar pode acabar por ser, também ela, incrementada, fruto de uma dinamização e adaptação à mudança dos tempos, do mercado de trabalho e das próprias expectativas daqueles que nele operam. Porque é precisamente na mudança que reside a diferenciação e o sucesso. Se, há tempos atrás, o mercado de trabalho ia de encontro ao mundo militar, hoje, com o aparecimento de novos produtos, setores, serviços e postos de trabalho, com condições bastante mais apelativas, surge uma intrínseca necessidade de inovação e adaptação, por parte das FFAA, caso pretendam, de facto, prevalecer.

Com a procura de novas estratégias e o melhoramento de algumas já existentes, o pretendido é contribuir para a consciencialização da importância da participação jovem numa força suprema de defesa da Nação – as FFAA (Exército, Marinha e Força Aérea) –, sempre com o objetivo de se aumentar o recrutamento de jovens, inculcando-lhes, desde

cedo, um sentido de amor e dever à Pátria, respeito e empatia para com o próximo, e o aprimoramento de códigos morais e de conduta, valores, honra, dignidade e sentido de compromisso para com algo superior a si próprios.

Desta forma, não só as FFAA saem beneficiadas – no sentido da resolução do problema de recrutamento vivido –, como a própria sociedade poderá, do ponto de vista do investigador, acolher uma maior percentagem de indivíduos mais capazes, éticos, morais e responsáveis. Se, por exemplo, entendêssemos o serviço militar enquanto obrigatório a todos os jovens, seria certo que estes, para além de beneficiarem desta construção de um carácter composto, não passariam por tantas dificuldades socioeconómicas, desincentivando-os a seguirem outros caminhos, considerados menos éticos.

A propósito do mencionado no parágrafo anterior, destaca-se, ainda, a importância e a necessidade de uma maior capacidade de recrutamento para as FFAA, no sentido de ser impedido o retorno para um regime de conscrição (regime militar obrigatório). Isto é, segundo o Decreto-Lei n.º 289/2000, de 14 de novembro, estão previstas alterações à profissionalização das Forças Armadas, nos casos em que estas não possuam, por qualquer motivo (como, por exemplo, pelo reduzido número de contratados), as condições necessárias por forma a defenderem a Nação e o estabelecido pela Constituição da República Portuguesa (CRP).

Embora pouco provável, caso se venha a verificar tal situação, toda a população jovem sairá “prejudicada”, no sentido em que deixará de ter a possibilidade de escolha entre seguir ou não uma carreira militar.

Em suma, para além das FFAA, também os jovens e a Nação saem beneficiados: os primeiros, não só pelo mencionado no parágrafo anterior, como também porque poderão encontrar um propósito de vida, através de uma carreira que poderá proporcionar alguma estabilidade financeira e desenvolver valores e códigos de conduta importantes; e a Nação, já que a sua estabilidade e condição se encontram intrinsecamente aliadas à qualidade e à solidez das FFAA nacionais.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Enquadramento legal

Antes de qualquer enquadramento legal, é necessário compreender-se o que são e o que pressupõem as FFAA, uma vez que se encontram diretamente relacionadas com a história do país (e, por conseguinte, das leis que nele vigoram), tendo, as FFAA, vindo a sofrer várias alterações na sua estrutura e sistemas de recrutamento, ao longo dos anos.

Assim, começa-se pela compreensão do conceito, de como se divide, qual o seu papel na, e para a Sociedade e, por fim, aquilo que se entende por “regime de contrato”, contextualizando e fazendo alusão às restantes formas de recrutamento das FFAA.

Como primeira aproximação ao tema, entenda-se por FFAA o conjunto de todos os indivíduos distribuídos pelos três ramos das mesmas (Exército, Força Aérea e Marinha), que operam a fim da defesa da Nação e do estabelecido pela constituição portuguesa, defendendo o território nacional, assegurando a estabilidade e a segurança de todos os que nele residem e garantindo uma soberania e independência nacionais. Por outras palavras, cabe às FFAA de qualquer nação, a promoção da segurança contra ameaças internas e externas, a manutenção da ordem e a prestação de auxílio ao país e a todos aqueles que nele residam, sempre que necessário, em caso de emergência (Artigos 273º a 276º da Constituição da República Portuguesa (CRP) e Lei n.º1-A/2009, Lei Orgânica de Bases da Organização das Forças Armadas (LOBOFA)).

Embora os três ramos das FFAA tenham como principal objetivo o já mencionado no parágrafo anterior, diferem na forma como estão organizados e nos meios e técnicas à sua disposição para a defesa da Nação. Deste modo, cabe ao Exército a proteção e a defesa do país através de operações terrestres, à Marinha, as operações aquáticas e à Força Aérea (como o próprio nome indica), todas as operações realizadas no espaço aéreo (Artigos 14º e 15º da Lei n.º 1-A/2009 (LOBOFA), Diário da República, 1ª série – N.º 129, 2009).

No que respeita aos intervenientes para o processo de defesa da Nação e promoção da segurança (os militares), existem inúmeros postos de trabalho, diferenciados em matéria de funções, categorias, subcategorias e, obviamente, a nível salarial. No Exército, por exemplo, existem as categorias de praça, sargento e oficial, e cada qual, por sua vez,

subdividindo-se em diversas subcategorias (um “praça” pode, por exemplo, ser distinguido enquanto soldado, segundo-cabo, primeiro-cabo, entre outros postos). Estes militares podem, ainda, ser diferenciados pela sua presença nos quadros permanentes ou por se encontrarem apenas a exercer funções por períodos previamente estabelecidos (regimes de contrato ou voluntariado). Uma vez mais, lembre-se que o presente trabalho foca, apenas, o universo dos militares que exercem funções em “regime de contrato” – a título de curiosidade, no caso dos RV/RC, os militares apenas podem seguir uma carreira de média duração (um ano em RV e seis anos em RC, o que perfaz um máximo de sete anos nas fileiras das FFAA).

Contudo, e embora não suficientes, salientam-se os esforços que têm vindo a ser feitos no sentido de incentivar os jovens para uma carreira militar a regime de contrato nas FFAA. Segundo a Lei do Serviço Militar e o Regulamento de Incentivos à Prestação de Serviço Militar nos RC e RV, é consagrado um grupo de incentivos aos regimes de contrato em causa. Desta forma, existem diversas modalidades de incentivo: As Materiais (Subsídios para estudos superiores, alojamento, alimentação, fardamento, entre outros); as Sociais (direito a subsídio de desemprego, ao serviço de saúde público e a atribuição de prestações familiares), as Formativo-Habilitacionais (como a certificação profissional, a formação profissional e a aplicação de um regime especial de avaliação nos variados tipos de ensino público) e Profissionais (acesso ao estatuto de trabalhador da função pública e a entrada permanente nos quadros das Forças Armadas e das Forças de Segurança).

No que toca ao enquadramento legal propriamente dito, saiba-se primeiramente que, se há uns tempos atrás, imperava um sistema de conscrição (regime militar obrigatório), agora assiste-se a uma profissionalização das FFAA, em que o recrutamento se subdivide em três grandes grupos (e segundo Almeida (2001)) – Militares em regime de recrutamento normal (regime de contrato e voluntariado), especial (regime efetivo e respetiva entrada dos militares para os quadros permanentes das FFAA) e, por último, excecional (convocação ou mobilização extraordinária) – tudo isto, ao abrigo do artigo 7º da Lei 174/99 de 21 de setembro - a Lei de Serviço Militar.

As implementações da LSM e da LOBOFA e as alterações sofridas pela Lei de Defesa Nacional e das Forças Armadas (1991), marcaram o início daquele que viria a ser um período de profundas e cruciais mudanças para as FFAA (Almeida, 2001). Contudo, ainda

vigorou um sistema de conscrição até 1999 (ao abrigo da Lei nº 22/91, de 19 de junho), ano em que é aprovada a nova Lei do Serviço Militar - Lei 174/99 de 21 de setembro -, na qual está prevista a transição de um sistema de conscrição, “para um novo regime de prestação de serviço militar baseado, em tempo de paz, no voluntariado” (Decreto-Lei 289/2000, de 14 de novembro & Almeida, 2001, p.73).

Tal, viria, naturalmente, a influenciar toda a estrutura e planeamento organizacional das FFAA, já que teriam de começar a pensar em estratégias de recrutamento e de difusão da sua imagem, até então, não necessárias, dado o sistema de conscrição que existente.

É de se salientar, no entanto, que muito embora a Lei 174/99 de 21 de setembro preveja uma alteração do recrutamento militar para um sistema de voluntariado, esta, justifica a possibilidade de recurso a um sistema de recrutamento militar obrigatório, em casos em que *“a satisfação das necessidades fundamentais das Forças Armadas seja afetada ou prejudicada na persecução dos objetivos permanentes da política de defesa nacional”* - pelo reduzido número de militares, p.e. (Decreto-Lei 289/2000, de 14 de novembro).

Assim, e de uma forma segura, podemos concluir que a alteração das leis que vão vigorando, ao longo dos anos, tem vindo a contribuir para uma grande e crescente necessidade de adaptação das FFAA ao mercado, estando, a organização, a viver um período crítico no que diz respeito às condições que a permitem perseguir o seu objetivo base de defesa da nação. - Uma das maiores “ferramentas” à sua disposição, para combater e tentar minimizar os danos provados pela alteração dos tempos, das prioridades profissionais e das próprias leis, é o Dia da Defesa Nacional (DDN) que, dada, ainda, a sua obrigatoriedade, pode funcionar enquanto motor de fascinação e recrutamento de jovens.

2.2. Enquadramento teórico

2.2.1. Marketing num contexto militar

Uma vez que todo o trabalho será elaborado em torno do conceito de Marketing e do possível impacto de eventuais estratégias que visem o aumento da capacidade de recrutamento das Forças Armadas, começa-se então, por esclarecer o conceito.

Muito embora não exista uma única definição do termo “Marketing”, havendo uma imensa subjetividade e discussão em torno do conceito (Nunes, 1991), pode dizer-se que este, não é mais do que a capacidade de acrescentar valor a determinados bens ou serviços por forma a criar novas necessidades no consumidor ou, até, potencializar as já existentes, com vista à fidelização dos clientes à marca/organização (Kotler, 1991).

Pires (1995) complementa ainda, afirmando que o Marketing poderia ser entendido enquanto “gestão da relação que qualquer organização tem com o mercado onde atua, no sentido de atingir os objetivos que perseguem e satisfazer as necessidades do mercado”.

Contudo, já para Ries e Trout (1981), dois dos mais conceituados autores de marketing do mundo, a definição do conceito pode ser alcançada com o recurso a uma única, mas expressiva palavra: “guerra”.

Embora a AMA (American Marketing Association) tenha definido Marketing, em 1937, enquanto “(...) desempenho das atividades de negócio que direcionam o fluxo de bens e serviços dos produtores para os consumidores”, a própria, acaba por vir a atribuir diferentes definições e importâncias ao Marketing, ao longo dos tempos, sendo a sua última definição a de que “Marketing é uma função organizacional e uma série de processos para a criação, comunicação e entrega de valor para clientes e para a gerência de relacionamentos com eles de forma que beneficie, a organização, e seus stakeholders” (AMA, 2013).

O marketing veio a tornar-se, então, num dos temas menos consensuais, embora mais abrangentes, e com uma constante e crescente curva de mudança. Identifica-se, assim, como uma enorme dificuldade, para as FFAA, a grande necessidade de constante adaptação e acompanhamento das tendências e efeitos do marketing (numa organização que vem, há relativamente pouco tempo, de um sistema de conscrição, tornando a sua tarefa ainda mais complicada).

Embora não seja possível definir o conceito de Marketing de uma só forma, como já mencionado anteriormente, considera-se importante, ainda, e de modo a complementar as definições já apresentadas, salientar a definição de Armstrong, Kotler, Harker e Brennan (2009). Assim, o conceito de Marketing debruça-se na criação e potencialização de valor, por outro valor, numa ótica de trocas, e em que este é tido enquanto uma das ferramentas mais importantes, à disposição dos gestores, de e para as empresas (Armstrong et al., 2009).

Kotler (2004) adianta, ainda, que Marketing não é apenas uma forma inteligente e eficaz de se definirem as melhores estratégias para colmatar um determinado problema, mas, também, a arte de criar verdadeiro valor para o cliente como, aliás, já foi anteriormente referido.

Aplicando o Marketing às Forças Armadas, sabe-se que o primeiro não funciona, apenas, a fim de uma pequena especificidade restrita de processos ou contextos, mas de tudo quanto exista, logo que exista também “um sistema de trocas organizado” (Lindon, Lendrevie, Lévy, Dionísio & Rodrigues, 2004, p. 22).

Lindon et al. (2004) adiantam, ainda, que o Marketing pressupõe um aumento da rendibilidade, através de um conjunto de métodos e processos à disposição da organização, que visem a promoção dos seus produtos e serviços de uma forma mais capaz, causando o maior impacto possível junto das grandes massas consumistas.

No caso deste estudo, o Marketing passará pela exploração dos melhores métodos e técnicas à disposição das FFAA, de modo a comunicarem e cativarem uma maior percentagem de jovens para desempenharem funções dentro da organização. O “serviço” por elas oferecido - a carreira militar -, bem como as respetivas condições, deverá, portanto, ser alterado e divulgado de diferentes formas, de modo a originar um aumento do recrutamento de militares em regime de contrato.

Note-se, a título de curiosidade, que existem inúmeros órgãos e entidades complementarmente responsáveis pela defesa nacional, das quais se salienta o papel do Chefe do Estado-Maior-General das Forças Armadas, que pressupõe a divulgação da imagem das FFAA, bem como as questões de recrutamento, direção, supervisão e controlo, o desenvolvimento de perspetivas estratégicas militares (entre muitas outras funções) - artigos 9º, 10º e seguintes da Lei n.º 1-A/2009 (LOBOFA).

Fruto de uma análise superficial da situação que se vive em Portugal, é concluída uma urgente necessidade de recrutamento de militares para o regime de contrato, sendo necessário, o desenvolvimento de múltiplas estratégias de comunicação, que tenham como objetivo a mitigação do problema vivido e como público-alvo, maioritariamente, os jovens.

Deste modo, o trabalho começou por assumir, desde o início, que as FFAA se encontram perante uma situação crítica no que toca à gestão de recursos humanos, não só

pelo problema de recrutamento de jovens para o serviço militar (muito por culpa, quer da falta de atratividade e fascínio dos jovens por uma carreira militar, quer por razões de cariz financeiro, social, cultural, legal, entre outros), como também pela necessidade de racionalização desses mesmos recursos humanos, dada a constante intervenção dos Governos no sentido de diminuir os quadros superiores das FFAA. (Santos, Damásio & Sousa, 2012; Almeida, 2001).

Assim, será indispensável o papel do Marketing Militar, que permite uma melhor utilização de técnicas de marketing institucional na comunicação social das FFAA, por forma ao alcance das metas e objetivos traçados pela instituição, já que existe uma grande necessidade de participação dos militares (muito para além da sua participação na própria defesa do país), nas diferentes esferas económico-sociais, que vão desde a gestão e prevenção de crises e conflitos no exterior, de ajudas humanitárias em determinadas missões, a campanhas de sensibilização para uma atitude devidamente exemplar dos indivíduos na sociedade, entre outras (Almeida, 2001).

Cabe, por exemplo, ao CmdPess (Comando Pessoal - unidade de apoio), a elaboração de um plano de comunicação que tenha como objetivo, definir e traçar linhas de ação a fim de aumentar o recrutamento e melhorar a imagem do Exército (Direção de Obtenção de Recursos Humanos (DORH), 2008).

Segundo Pires (1995), só existe Marketing, quando existe uma relação entre uma qualquer entidade e o próprio mercado, em que ambos saiam a ganhar. Isto é, a entidade tem que ter algo a oferecer, que, por sua vez, o consumidor esteja disposto a “comprar”.

E aqui começa o problema, no contexto militar, já que as FFAA (a entidade oferecedora de um serviço - uma carreira militar) têm como público-alvo, maioritariamente, um vasto número de jovens que não sabem, nem de perto, nem de longe, o que pretendem. No entanto, o problema pode tornar-se na solução, uma vez que, como defende Gurdjieff (2001), é mais fácil influenciar e cativar quem ainda não assume uma opinião específica sobre algo, do que quem já possui uma linha de pensamento parcialmente concreta sobre determinada matéria ou contexto.

Contudo, é enorme, o caminho a percorrer, num contexto nacional de Marketing militar, já que os esforços em prol de uma melhoria das estratégias de comunicação e o seu

respetivo impacto, consoante os objetivos pretendidos (de aumento do recrutamento, melhoramento da imagem, consciencialização para a importância da existência de forças nacionais militares para a defesa das fronteiras do país, entre outros), pouco, ou nada, se fazem sentir. - Portugal ainda vive, portanto, perante um sistema militar que não consegue transparecer, na totalidade, nem, tão pouco, despertar o devido interesse para a importância das FFAA e para o papel crítico que desempenham na (e para a) sociedade (Almeida, 2001).

2.2.2. Comunicação, informação e persuasão

Será posteriormente necessária, a plena compreensão do termo “comunicação”, já que todo o trabalho se debruça sobre a importância e os efeitos de uma eventual estratégia de comunicação e do papel da comunicação para a melhor perceção e aproveitamento das diferentes informações cedidas e captadas (para uma maior capacidade persuasiva e de manipulação nas informações transmitidas e, de filtragem, nas que são recebidas).

A desmistificação do conceito será, assim, crucial, para se perceber a importância e a utilidade de uma comunicação clara e objetiva, nos mais variados contextos, que vão desde o entendimento da mensagem que as Forças Armadas pretendem transmitir aos jovens e aos demais, à que tem vindo a ser, de facto, captada pelo seu público-alvo; da necessidade da procura de opiniões acerca da qualidade do ambiente interno da organização, até à perceção das diversas opiniões acerca das FFAA e a tudo o que as envolva direta ou indiretamente (o que são, para que servem, como estão estruturadas, quais as vantagens e desvantagens de uma carreira militar, e afins); da elaboração de estratégias de comunicação mais eficientes em prol da persecução dos objetivos das FFAA, à possibilidade de uma maior receptividade, compreensão e adesão, por parte dos recetores da mensagem, às informações que são transmitidas; entre enumeras outras esferas de atuação da comunicação.

A comunicação está, portanto, em tudo. E um melhor entendimento do conceito e dos seus principais objetivos facilita e melhora, não só a nossa forma de comunicar com outros, como também, a compreensão do que os outros nos querem transmitir.

Embora o conceito de comunicação possa ser entendido exatamente como consta no dicionário da língua portuguesa - “1. Ato de comunicar; informação, aviso (...)” -, tal

conceito acaba por se tornar demasiado simplista para Baitello (1998) dada a relevância que o conceito sempre assumiu nas sociedades, desde as épocas mais arcaicas e imemoriais, até às contemporâneas.

Deste modo, “a comunicação é uma das formas pelas quais os homens se relacionam entre si. É a forma de interação humana realizada através do uso de signos” (Bordenave, 1983, p.12). O autor adianta ainda que, na comunicação, há sempre uma intenção básica, por parte de quem a transmite, de fazer chegar determinada informação ao recetor, para que este a compreenda, aceite e, posteriormente, a aplique. Já este, por sua vez, irá fazer uma filtragem dessa mesma informação, percebendo aquilo que considera (ou não) útil para si (Bordenave, 1983).

Já Brasil (1973) defende que a comunicação não possui uma só definição considerada correta, sendo o conceito demasiado vasto e amplo para se encontrar nele uma só linha consensual. Ainda assim, pode dizer-se, consensualmente, que a comunicação pressupõe uma interação entre indivíduos ou entre um indivíduo e o meio ambiente que o rodeia. A comunicação, no fundo, não é mais do que toda e qualquer forma de interação que possa surgir, no mundo inorgânico, orgânico ou superorgânico. (Brasil, 1973).

Segundo a Teoria da Comunicação, todo o processo comunicativo traduz-se numa forma de interação que pressupõe a existência de um contexto sobre o qual é realizado, um emissor, uma mensagem, um recetor, um código, um canal de comunicação e, obviamente, um efeito. Com isto, a comunicação é tida como crucial para o fortalecimento da personalidade e para o crescimento pessoal e cultural do indivíduo, para a sua inserção nos mais diversos contextos e grupos sociais e para uma maior facilidade de entendimento entre diferentes indivíduos, nas suas relações interpessoais (Fiske, 1995). – O autor adianta ainda que, de uma forma ou de outra, todos sabemos o que é a comunicação, o que é a comunicação, contudo, temos dificuldade em saber explicá-la.

Para Gallisson e Coste (1983, p. 142) a comunicação não é mais do que “o acto de intercâmbio linguístico entre dois interlocutores”, embora esta se possa fazer de outras formas, que não a linguística (como, por exemplo, através de gestos e expressões).

A comunicação é, então, um processo fulcral para o entendimento entre indivíduos, cuja evolução se tem vindo a denotar com o grande e crescente número de interações que se

verificam, entre indivíduos, na sociedade (Sousa, 2006). Assim, e desde a Idade da Pedra que se verifica uma enorme evolução a todos os níveis (desde o tecnológico, à capacidade de raciocínio, às interações sociais entre indivíduos, aos métodos de confeccionar os alimentos, entre muitos outros), sendo que a dita “comunicação” não é, obviamente, exceção. Deste modo, sabe-se que também ela tem vindo a sofrer grandes mutações, não só o ato de comunicar, em si, como também a perceção do que, para nós, é comunicar. (Berlo, 2003).

É de se esperar que, se até então, o conceito de comunicação já vinha a sofrer mutações, com a evolução das sociedades e de tudo a elas subjacente, também no Futuro, venhamos a sentir novas mudanças e, quem sabe se muito do processo comunicativo não possa vir a ser realizado através de redes sensoriais e subliminares, por exemplo (telepatia). Portanto, a comunicação apenas pode ser entendida e definida pela época que a assiste, sendo o seu conceito bastante relativo, mutável e suscetível de diferentes interpretações. O que para um indivíduo é comunicar, para outro pode não ser. A única certeza é que a comunicação (e sempre na ótica do emissor) é a passagem (ou a tentativa de passagem) de uma determinada mensagem/informação, através de gestos, palavras ou qualquer outro método, que pode, ou não, ter o efeito pretendido pelo emissor. Tudo é comunicação, e mesmo sem sabermos, comunicamos, das mais variadas formas, que podem ir desde a simples troca de palavras, à maneira como nos vestimos, penteamos, caminhamos, etc.

O nosso objetivo, enquanto seres humanos, é o de comunicar, para alterar as relações originais que os indivíduos assumam para com o ambiente que o rodeia e, dessa forma, conseguirem combater a sua própria natureza, manipulando e influenciando o que os rodeia. Assim, cabe à comunicação, tornar o ser humano capaz de combater as forças externas que tentam ditar o seu rumo e invertê-las a seu favor. (Berlo, 2003). Ou seja, para o autor, a comunicação é uma poderosíssima arma de controlo de nós próprios e dos outros, ajudando na defesa contra estímulos e “invasões” externas. A capacidade de fugir à manipulação e persuasão externas é tanto maior, quanto maior a capacidade comunicativa de um indivíduo.

No que diz respeito à relação entre a comunicação e a informação, é necessário ter em conta, que toda a informação advém e depende da comunicação, mas nem toda a comunicação resulta em informação. Assim, embora os termos se encontrem diretamente relacionados, é necessário compreender a diferença entre eles (Sousa, 2006). – Uma vez

compreendido o conceito de comunicação, é necessário, agora, entender o de informação. Comece-se por dizer que existe uma grande controvérsia e um défice consensual na definição do conceito, já que, muitos autores, relacionam diretamente “informação”, ao processo de conhecimento (sendo a restante comunicação solta e carecendo de carácter informativo), embora outros defendam que, para ganhar o título de “informação”, a comunicação não necessita de tanto (Ropohl, 2001).

Sob as perspetivas de Barreto (1994) e Latour (2000), entenda-se, então, por “informação”, toda e qualquer forma de atuação que vise a transmissão de uma determinada mensagem a um ou mais indivíduos. Ou seja, esta, tem-se como parte integrante de qualquer ser humano, no seu processo natural e evolutivo, em que, diariamente é utilizada e reutilizada inúmeras vezes, de forma a possibilitar a expressão de sentimentos, pensamentos ou estados de espírito. A informação é, portanto, frágil, e facilmente manipulada, já que depende muito de quem a transmite, de como a transmite e para quem se transmite.

Barreto (1994) adianta ainda que, ao contrário do que se pensa, quanto mais informação existe, menos informado é um indivíduo, já que existe uma relação inversa entre a quantidade e a qualidade de informação recolhida. Isto é, quanto mais informação se obtém, menor a sua filtragem (o que, por conseguinte, vai diminuir a sua credibilidade) e, dessa forma, aumentar a probabilidade da existência de informação não verídica. Assim, um indivíduo deve saber restringir e filtrar toda a informação que recolhe, de modo a que apenas a informação mais fidedigna seja retida. – Há uma questão importante que tem vindo a afetar as sociedades modernas, de forma persistente e gradual, assente no facto de que toda a informação é duvidosa, já que os indivíduos que a recolhem, analisam e transmitem, não procuram questionar, minimamente, as informações que recolhem, transmitindo-a, de imediato, a terceiros, como verdades absolutas. Com isto, criou-se uma sociedade de mentiras e suposições, não de factos, em que “saber”, não é necessariamente saber, mas dizer-se que se sabe.

Note-se que, dependendo dos canais de comunicação, a informação pode tornar-se débil e facilmente falível, de acordo com a finalidade para que é transmitida pelo seu emissor. Assim, é necessário ter, ainda, em conta, o importante papel da persuasão num contexto de comunicação, em que, conforme a capacidade persuasiva do emissor e a

capacidade de interpretação e filtragem do recetor, também haverá diferentes impactos e atitudes (Littlejohn, 1982).

Assim, a persuasão, que se entende pela arte do uso da linguagem (seja pelas palavras, ações, comportamentos, entre outros) com o fim de “manipular” e orientar determinadas ações a favor do persuasor (Citelli, 1993), é considerada uma das “armas” mais eficazes da comunicação. Seja a informação verídica, ou não, a probabilidade de ser aceite pelo recetor torna-se muito maior, aquando de uma boa capacidade persuasiva.

Mas existem muitos outros fatores que influenciam a comunicação, uma vez que esta depende bastante, não só do emissor, como também do recetor e da sua interpretação da informação obtida. Segundo Bordenave (1983), a receção da informação, também depende em parte, da perceção, da interpretação e do significado que lhe são dados. A perceção, por sua vez, depende, ainda, das expectativas e do envolvimento do recetor em determinado contexto (Bordenave, 1983). De forma resumida, há todo um jogo de interesses e expectativas, presente na comunicação, cabendo ao emissor adaptar e manipular a informação que deseja transmitir conforme os seus objetivos, e ao recetor, captar, filtrar e aplicar toda a informação recebida e, tornando-se, também ele, posteriormente, num novo emissor. Essa informação, por sua vez, gera informação, que gera informação, que gera informação, num ciclo constante e vicioso. Daí, é imperativo questionarmos todo e qualquer tipo de informação, uma vez que esta vai sendo transmitida e captada conforme os interesses e as expectativas de cada indivíduo, podendo vir a sofrer, ao longo dos tempos, uma grande mutação, face à sua versão original.

No que respeita agora aos objetivos da comunicação, estes podem ser de carácter instrumental ou consumatório. Uma comunicação é, então, entendida como instrumental, se a comunicação de determinada informação for, por si só um instrumento ou meio para determinado fim. Porém, se essa informação for, por si mesma, o fim da comunicação, então estamos perante uma comunicação com um fim consumatório (Festinger, 1950). Pegando num exemplo prático, quando um escritor decide lançar o seu novo livro ao público, pode fazê-lo, apenas, com o objetivo de o satisfazer com a sua leitura (fim consumatório – a leitura é, por si própria, a causa de o escritor escrever) ou, por outro lado, pode fazê-lo pelo dinheiro e pela fama que poderão advir dessa leitura (fim instrumental – a

leitura é, apenas, um “side effect” daquilo que o escritor realmente pretende ou, por outras palavras, um meio para atingir um fim).

No caso deste trabalho, e enquanto exemplo, é necessário perceber aquilo que as FFAA pretendem, através dos vários tipos de comunicação efetuados. Ou seja, é necessário compreender se a mensagem “As FFAA são X, fazem Y e combatem Z” pretende, de facto, informar os jovens acerca das FFAA e do seu papel na sociedade (comunicação com fim consumatório) ou se, por outro lado, a mensagem carrega uma intenção/interesse escondida/o (comunicação com fim instrumental) – o de aumentar o recrutamento das mesmas, por exemplo.

Ainda, acerca da comunicação, Schramm (1949) adianta que os objetivos da comunicação poderão assumir o seu impacto a curto prazo (recompensa/punição imediata) ou a longo prazo (recompensa/punição retardada). – Uma vez mais, debruçados sobre as FFAA e sobre as suas estratégias de comunicação, tem-se que estas poderão ter como principal objetivo, por exemplo, o recrutamento imediato de jovens para uma determinada função (curto prazo), ou darem-se a conhecer para que, mais tarde, quem sabe, possam vir a recrutar esses jovens.

É, ainda, necessário, entender as FFAA enquanto “organização de utilidade e serviço público”, segundo a ótica de Gil e Adams (1998, p. 122). Note-se que, mesmo tendo uma finalidade de prestação de serviços públicos, uma organização pode ter, ainda, como objetivo, o lucro. – Os autores adiantam, ainda, que uma organização não sobrevive sem conseguir comunicar eficientemente, não só para as entidades externas, como também internamente, para todos os funcionários, fornecedores e restantes entidades com as quais interaja direta ou indiretamente (comunicação externa/comunicação interna).

De facto, sem que exista uma perspetiva geral e uma noção mais completa do que acontece internamente, na organização, é impossível saber quais as suas maiores necessidades e desafios. E uma organização não se faz de fora, para dentro, mas de dentro, para fora. Assim, é necessário que haja uma união interna absoluta, antes de partir para a conquista do exterior. – Para que tal seja possível, é necessária a conquista dos colaboradores e da sua motivação, através de condições salariais apelativas, espaços de trabalho organizados e bem cuidados, reconhecimento pelo esforço, diferenciação e

criatividade, confiança na qualidade do trabalho independente dos trabalhadores, e afins (Sousa, 2006).

E para que tudo isto seja alcançado, é necessária o máximo de informação sobre quanto se passa dentro de uma organização, que, por sua vez, só consegue ser obtida pela comunicação. Assim, seja formal ou informalmente, é necessário fazer-se um “check-up” regular, a nível interno, por forma a conquistar informação crucial acerca da organização: para se mudar o que corre mal; melhorar o que tem de ser melhorado; e aproveitar ao máximo o que está a correr bem (Sousa, 2006)

Uma vez esclarecidos os 3 conceitos, e, tendo em causa os objetivos de recrutamento das Forças Armadas, é necessária a realização de uma estratégia de comunicação o mais eficaz possível, com informações claras, sucintas e diretas, e identificação do público-alvo (recetor) da mensagem a ser transmitida. Com base nos interesses e expectativas do recetor, é imperativo que haja uma adaptação do tipo de comunicação, de modo a causar uma maior recetividade da mensagem. O conteúdo transmitido na mensagem (a oferta de uma carreira militar, por exemplo) deverá, por sua vez, ir de encontro às tendências e exigências do mercado.

2.2.3. As Forças Armadas

Uma vez compreendido o conceito de comunicação, bem como a sua utilidade, é necessário, ainda, para a realização do trabalho, compreender, de uma forma mais profunda, e como ponto de partida para corroborar o já mencionado anteriormente, o que são as FFAA, qual tem vindo a ser o seu papel ao longo dos tempos e até à época contemporânea, de que forma a organização militar se tem vindo a adaptar às mudanças e evoluções do mercado de trabalho, ao aumento da diversidade de ofertas de trabalho e ao fenómeno da globalização, entre outros. Para tal, será indispensável o uso d’*As Forças Armadas portuguesas: desafios numa sociedade em mudança*”, de Baltazar (2011).

Numa primeira fase, é necessário perceber, tendo em conta o recrutamento enquanto um dos principais objetivos das FFAA, quais os motivos que levam as pessoas a candidatarem-se. Para tal, é possível agrupá-las em duas grandes esferas: as motivações institucionais (que se baseiam em fatores intrínsecos e vivenciais, como o sentido de dever e

a honra, a vontade de servir o país, a aventura e a procura de emoções e vivências e afins) e as ocupacionais (mais relacionadas com a parte financeira, como, com a qualidade de vida que as forças armadas podem proporcionar, um bom vencimento, uma carreira estável, entre outros) (Moskos, 1986).

Moskos (1986) debruça-se bastante sobre o tema, pelo que, é crucial abordar algumas das suas ideias-chave. A título de curiosidade, sublinhe-se que este faz alusão ao facto de se ter vindo a notar, ao longo dos tempos, uma alteração das características dos indivíduos recrutados, optando, estes, por se candidatarem às FFAA cada vez mais por razões económicas e sociais (motivações ocupacionais), ao invés de o fazerem por vontade de mudança, aventura, defesa da Nação e por amor à Pátria (motivações institucionais).

Assim, uma das grandes áreas sobre a qual o trabalho deseja debruçar-se - e enquanto estratégia à disposição para o aumento do recrutamento e para o melhoramento da imagem das FFAA - é o Dia da Defesa Nacional, com vista a provocar um maior impacto nos jovens, e uma imagem mais forte e renovada das FFAA.

Assume-se, então, que o DDN possui uma elevada importância na persecução de possíveis soluções, capazes de resolver o problema em causa, através da elucidação dos jovens para as funções e objetivos das FFAA e para a verdadeira razão da sua existência, despertando neles, desde cedo, a vontade de pertencerem a algo superior a si próprios e a trabalharem conjuntamente, na defesa da Pátria, não esquecendo a possibilidade de evolução e progressão em diferentes esferas, como a pessoal, a relacional e a moral.

Muitos dos dados e informações do trabalho baseiam-se, ainda, no recurso ao artigo de Santos (2015) acerca das reflexões decorrentes da prestação do serviço militar em regime de contrato nas FFAA portuguesas. Estas informações, a par da experiência do autor, neste âmbito, contribuirão para uma visão mais transparente e clara dos problemas aí evidenciados, sobretudo na esfera da atratividade e, por conseguinte, no recrutamento de jovens para o seguimento de uma carreira militar.

É, ainda, importante, para o trabalho, o artigo *“Origens sociais do corpo de oficiais das Forças Armadas portuguesas ao longo do século XX”*, de Carrilho (1985), por poder ajudar na perceção de quais as razões/motivações que levam os cidadãos a candidatarem-se às FFAA, com base nos seus antecedentes, classe social, poder económico e afins.

3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

O capítulo que se segue, tem como finalidade, evidenciar as principais metodologias de investigação para a recolha dos dados pretendidos - com vista a que seja possível responder-se ao objetivo geral do trabalho, bem como aos específicos.

Para que, então, se entenda o que são e como devem ser aplicadas as diferentes técnicas de pesquisa, é necessário perceber quais as suas origens. Assim, estas remetem-nos para o final do século XIX, período em que alguns antropólogos como o americano Lewis Henry Morgan, o alemão Franz Boas e o polaco Bronislaw Malinowski começaram a usar diferentes métodos e técnicas, enquanto meios que permitissem um estudo mais eficiente e completo acerca das sociedades em que viviam (Boni & Quaresma, 2005).

Assim, uma qualquer investigação científica pressupõe 3 fases primordiais, sendo elas, ordenadamente, a realização de um estudo minimamente profundo acerca do tema a ser estudado e quais os principais autores que o abordam, seguida de uma observação e interpretação de toda a informação obtida através de uma análise dos dados secundários recolhidos e, por fim, o chamado “trabalho de campo”, em que se deverá realizar uma aproximação ao público-alvo a ser estudado (recolha de dados primários) (Boni & Quaresma, 2005).

Diga-se ainda, que, para que o tema em estudo tenha a virtude de uma pesquisa científica, é imprescindível que seja conduzido através de uma investigação bem planeada e desenvolvida dentro das normas e do rigor da metodologia científica.

A metodologia, segundo Minayo (1999, p. 16) é: *“(...) o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade (...)”*. Nela, estão incluídas: *“(...) as concepções teóricas de abordagem, o conjunto de técnicas que possibilitam a construção da realidade e o sopro divino do potencial criativo do investigador (...)”*. O autor defende ainda que, muito embora, as metodologias, quantitativa e qualitativa, acabem por se complementar num plano geral, a segunda trabalha questões de uma forma mais cuidada, completa e profunda, respondendo de um modo mais direcionado a determinadas questões ou problemas (Minayo, 1996).

Segundo Gil (1999, p. 26), pode definir-se o método científico como sendo: *“o conjunto de procedimentos intelectuais e teóricos adotados para se atingir o conhecimento”*.

Easton (1995) refere que são fatores determinantes das escolhas metodológicas, os valores do investigador e os seus objetivos no que respeita a uma determinada investigação em particular (*axiologia*) e as suposições que são consideradas como certas no decurso da investigação (*ontologia*), para além do *contexto* e do *conteúdo* da investigação e os *constrangimentos* explicitamente encontrados e mencionados na metodologia escolhida.

Com vista a que seja percebida da forma mais pormenorizada possível, a situação atual das FFAA aos olhos dos jovens, pretendem-se as opiniões daqueles que, até então, não aderiram às Forças Armadas – e independentemente das razões que os levaram a tal – tendo escolhido, outros percursos como futuro.

No que diz respeito à recolha e tratamento dos dados primários, o trabalho focar-se-á, essencialmente, numa abordagem mista (qualitativa e quantitativa), já que se considera ser a mais adequada, tendo em conta o elevado número de respostas que se pretendem adquirir por forma à obtenção da representatividade necessária da amostra, aliada a uma profunda necessidade de qualidade e honestidade da informação que se pretende extrair de cada entrevistado.

Assim, questionários com perguntas abertas e fechadas (direcionados aos jovens) são, na visão do investigador, a melhor abordagem com vista à abundância da matéria informativa que se irá recolher, para, posteriormente, ser interpretada e filtrada de modo a ser transformada em soluções práticas.

Segundo Gil (1999), o questionário é uma técnica de investigação através da qual se podem extrair diferentes e variadas informações acerca dos indivíduos (através da elaboração escrita de diversas perguntas) para que, posteriormente, seja possível analisá-las e compará-las, com vista a corroborar ou, até, gerar novo conhecimento.

Ainda de acordo com o ponto de vista do autor (1999), o questionário afirma-se com todo um conjunto de vantagens sobre as demais técnicas de recolha de informação, das quais se salientam: a possibilidade de alcançar um vasto número de pessoas, independentemente da sua área de residência (dada a facilidade da sua transmissão por outros meios, para além do físico); a garantia de uma redução dos condicionalismos e da parcialidade das respostas, e de posterior análise às mesmas (uma vez que não é necessário estabelecer-se uma relação direta entre o entrevistador e o entrevistado); o facto de ser uma

técnica simples de aplicar, e com custos reduzidos; a garantia do anonimato das respostas; entre outras.

Por outro lado, e ainda segundo Gil (1999), o questionário, tal como todas as técnicas de recolha de informação, possui algumas debilidades. São exemplos, a possível dificuldade de leitura e de interpretação daquilo que o entrevistado diz, a exclusão de indivíduos com problemas de leitura e/ou escrita (o que condiciona, desde logo, a população em estudo através do descarte da população analfabeta), restringe o tamanho e a quantidade de perguntas que o entrevistador pretende realizar (por forma a que o questionário não se torne demasiado extenso e fatigante), permite falhas de interpretação da pergunta, por parte do entrevistado, para além de que existe a possibilidade de os questionários não serem devolvidos completos ao entrevistador (o que os torna irrelevantes, para todos os efeitos); entre outras.

Deste modo, tem-se que o questionário é bastante relevante e necessário sempre que o pesquisador deseje recolher informação específica sobre um determinado contexto ou matéria. Contudo, é aconselhada cautela na maneira como se o deve fazer, já que existem informações difíceis ou impossíveis de se extraírem através de um questionário, por serem demasiado extensas (dificultando e prolongando a sua passagem para a escrita) ou pessoais. Assim, deve haver sempre a consciência da grande limitação em conteúdo das respostas obtidas. Contudo, por outro lado, é possível atingir-se um maior número de indivíduos da população em estudo, através dos questionários, o que, naturalmente, permite incrementar a representatividade da amostra e, por conseguinte, também a própria credibilidade do estudo (Gil, 1999).

Note-se que, conforme esclarece o autor, o questionário deve passar por uma fase de pré-teste, antes de ser verdadeiramente aplicado à população que se pretenda estudar, para que possam ser corrigidos eventuais erros de formulação, tais como a elaboração de uma determinada pergunta que possa levar a diferentes interpretações ou, até, à sua não interpretação.

Foi encontrada, no entanto, alguma dificuldade de escolha entre o método de questionários ou, por outro lado, o de entrevista, já que, através da última, é possível

recolher uma informação mais sólida, completa e rica, embora o público-alvo a entrevistar tenha de ser, naturalmente, menor.

Segundo Arnoldi (2006, p. 87), “em comparação com questionários, formulários, leitura documentada e observação participativa, as entrevistas apresentam as vantagens dispostas em seguida:

- Permitem a obtenção de grande riqueza informativa – intensiva, holística e contextualizada – por serem dotadas de um estilo especialmente aberto, já que se utilizam de questionamentos semiestruturados.
- Proporcionam ao entrevistador uma oportunidade de esclarecimentos, junto aos segmentos momentâneos de perguntas e respostas, possibilitando a inclusão de roteiros não previstos, sendo esse um marco de interação mais direta, personalizada, flexível e espontânea.
- Cumprem um papel estratégico na previsão de erros, por ser uma técnica flexível, dirigida e económica que prevê, antecipadamente, as hipóteses e outras orientações úteis para as reais circunstâncias da investigação, de acordo com o entrevistado, proporcionando tempo para a preparação de outros instrumentos técnicos necessários para a realização da entrevista”.

Já Ribeiro (2008) afirma também que, à elaboração de uma entrevista, estão inerentes vantagens como “a flexibilidade na aplicação, a facilidade de adaptação de protocolo, a viabilização da comprovação e o fácil esclarecimento de respostas, a uma taxa de respostas elevada e o facto de poder ser aplicada a pessoas não aptas à leitura.”

Complementando os autores acima referidos, Gil (1999) adianta ainda que, aquando a comparação da técnica de entrevista com a de questionário, a primeira assume ainda como vantagens o facto de possibilitar a maior riqueza e relevância das respostas, a grande flexibilidade (uma vez que há a possibilidade de esclarecimento e reformulação das perguntas, caso o entrevistado ou o entrevistador não percebam) e, ainda, dado que a entrevista é feita no momento, ser possível a captação de gestos e sinais que surjam, de forma natural, por parte do entrevistado, e que possam vir a ajudar na complementação de determinadas respostas.

Muito embora o objetivo do trabalho seja muito dependente da riqueza da informação a ser recolhida (devendo, neste sentido, optar pela realização de entrevistas aos jovens), encontra-se também ele dependente da necessidade de aquisição do maior número de respostas possível, de forma a credibilizar e a tornar a amostra suficientemente

representativa, como já mencionado várias vezes. Assim, a solução encontrada chega sob a forma de questionário, com perguntas fechadas e abertas, para que seja possível colmatar duas necessidades distintas (e estas, uma vez ultrapassadas, serão fundamentais para a desmistificação do problema em estudo).

Já pelas condições acima referidas, foi necessário restringir-se, também, a amostra em estudo, à zona do Grande Porto, e aos jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 27 anos. Note-se que a estimativa do total de jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 27 anos, residentes na Área Metropolitana do Porto (AMP), ronda os 140 000, de acordo com o Instituto Nacional de Estatística (INE). A escolha do grupo etário de jovens a entrevistar assenta, maioritariamente, no facto de serem estes os que mais recentemente optaram por outras carreiras (ou, até, pela persecução dos seus estudos), “sofrendo” da influência atual dos media, das tendências e das expectativas da sociedade, do grande crescimento de atratividade de outros postos de emprego, entre outros. Para além disto, pela observação das condições de recrutamento das FFAA, sabe-se ainda que o seu público-alvo é, habitualmente, os jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 27 anos, pelo que fora decido estudar-se a respetiva população em causa.

Diga-se, ainda, que as razões que levaram um jovem a não se candidatar às Forças Armadas há 20 anos atrás, poderão não ser as mesmas que os levam, hoje, a não o fazer, dada a constante mudança do mercado e dos agentes que nele operam, tal como de toda a sociedade. - Tendo em conta que o pretendido é explorar as razões que levam os jovens da atualidade a descartarem as Forças Armadas, seria contraproducente incluir, no estudo, indivíduos que não se candidataram há 20 anos atrás, já que as suas motivações para não o fazerem poderiam entrar em conflito com as dos atuais.

É certo que existe um problema de recrutamento das FFAA, derivado de razões para lá da compreensão do investigador. Note-se que estas existem tanto fruto de fatores internos, como de externos à organização em causa. Isto é, o problema poderá estar tão intrinsecamente relacionado com as FFAA (e com a sua comunicação, condições oferecidas, o Dia da Defesa Nacional, a atratividade de carreira, entre outros), como com todo um conjunto enorme de fatores externos (como a atratividade de outras carreiras, a mudança dos tempos, a falta de sensibilização dos jovens para a importância do mundo militar, a sua crescente emigração para países que oferecem melhores condições de vida, entre outros).

Assim, e de forma a se conseguir perseguir o objetivo do trabalho, mais importante do que perceber “o que está mal nas Forças Armadas”, será perceber as verdadeiras motivações que levam os jovens “a fugir” do mundo militar.

Será que eles não gostam do serviço oferecido pelas FFAA (precisando, elas, de alterar a forma como atuam no mercado, de forma a cativá-los) ou, por outro lado, será que simplesmente o mercado de trabalho e as preferências e tendências dos indivíduos mudaram tanto, ao longo dos anos, que não deixaram espaço nas suas vidas, para as Forças Armadas?

Alguns dados secundários serão igualmente importantes para complementar o trabalho. Malhotra (2001) afirma que não se devem recolher dados primários sem que, antes, seja concluída uma pesquisa de dados secundários. Também Yin (2001) declara que a recolha de campo só deve ser desenvolvida depois de compreendida a teoria daquilo que está a ser estudado. Assim, a primeira fase do projeto passará pela pesquisa de dados secundários por forma a sustentar e a fundamentar a dissertação, sob a forma de componente teórica e, só posteriormente, será realizado o trabalho de campo com a recolha dos dados primários (com a aplicação do questionário misto).

A estrutura teórica, segundo *Merriam (1998)* é um ponto fundamental para o desenho da pesquisa, sendo que *“com frequência, a falta de uma estrutura teórica claramente articulada – ou teorizada de forma limitada – resulta numa pesquisa que será rejeitada pela comunidade científica”*.

Concluindo, será então, primeiro, elaborada uma recolha de dados secundários, aos quais seguirá a dos primários e, neste âmbito, será privilegiada a abordagem mista por forma a obter-se uma maior qualidade e riqueza de conteúdo, aliadas à quantidade de informação recolhida. Esta abordagem, por sua vez, será unicamente elaborada através de questionários com perguntas fechadas e abertas, aplicada a um público-alvo muito específico.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

4.1. Análise mista

Para a aproximação ao público-alvo, foi realizado um questionário com 27 perguntas, das quais 23 sob a forma de perguntas fechadas, e as outras 4 abertas (Anexo 1).

O questionário foi aplicado, não só via plataformas online, como em papel, por forma a não condicionar a amostra, a um público demasiado restrito ou com características muito semelhantes entre si (neste caso, possuírem meios de acesso à Internet). Assim, 119 conjuntos de respostas foram recolhidos pela utilização do método online e os restantes 184, pela entrega, em mão, dos questionários, perfazendo, assim, um total de 303 inquiridos.

Note-se que antes da sua respetiva aplicação, foi elaborado um pré teste, a 10 indivíduos, de forma a servir de base para a elaboração e adaptação do questionário, de acordo com suas as opiniões de interpretação e sugestões de reformulação das questões apresentadas.

No seguimento, e por forma a não influenciar demasiado os resultados da amostra, pela aproximação a grupos de indivíduos com características muito semelhantes, a estratégia de recolha de questionários “físicos” passou pela sua distribuição a diferentes grupos, com características distintas. Desses, aproximadamente 140, foram obtidos junto de universidades, cursos profissionais e de especialização e os restantes, por contacto direto.

Segundo Hansen, Hurwitz & Madow (1966), estamos perante uma amostra não probabilística quando existem mecanismos não aleatórios de seleção dos entrevistados. Isto é, quando o próprio investigador escolhe, deliberadamente, a população a entrevistar. Para que essa mesma amostra fosse probabilística, cada elemento da população teria de possuir a mesma probabilidade de ser selecionado, havendo, portanto, um mecanismo aleatório de seleção (Mattar, 1996, p.132).

Em comparação com outros tipos de amostra, a por conveniência pressupõe que a seleção de um público-alvo a entrevistar, como o próprio nome indica, seja realizada pela conveniência ao investigador, dada a disponibilidade e a maior facilidade de aproximação a esse grupo de indivíduos (Aaker, Kumar & Day, 1995).

Assim, pode dizer-se que, quanto à análise em causa, a abordagem escolhida foi mista, com recurso à técnica de questionário para a exposição das perguntas, tanto de carácter quantitativo, como qualitativo. Pelo mencionado anteriormente, e de acordo com os autores referidos, a amostra em causa é caracterizada como não probabilística e por conveniência.

4.2. Análise quantitativa

A análise quantitativa dos dados foi realizada sob uma amostra de 303 jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 27 anos (residentes na AMP), através de um questionário constituído por 4 questões abertas e 23 fechadas. Relativamente às segundas, uma delas, quantitativa (variável em escala), e as restantes qualitativas (ordinais ou nominais).

Os procedimentos utilizados foram a Análise Descritiva (tabelas de frequências, medidas descritivas e de associação) e a Análise Inferencial: análise de correlação e Testes de Hipóteses não-paramétricos (Teste de independência do Qui-Quadrado, Teste de Mann-Whitney, Teste e Kolmogorov-Smirnov). Os dados foram tratados utilizando-se o software IBM SPSS Statistics 24.0.

Note-se, desde já, e enquanto restrição do trabalho, a existência de algumas perguntas fechadas que, na perspetiva do investigador, acabaram por influenciar outras, abertas. Isto é, por exemplo, as questões 9.2 e 9.3 apresentam, ao questionado, um vasto conjunto de respostas pré-definidas, das quais este pôde escolher as que mais lhe pareceram as adequadas.

Contudo, quando se lhes seguiu a pergunta aberta, relativa aos aspetos que, se possível, os jovens mudariam por forma a tornar o DDN mais atrativo, muitos deles poderão ter respondido, com base nas informações já recolhidas, em respostas anteriores, como, por exemplo, os fatores negativos associados a palestras e ao número reduzido de atividades realizadas.

Assim, em primeiro lugar, é importante não só destacar que a riqueza da informação recolhida é menor, em perguntas fechadas, não dando aso à criatividade dos inquiridos como, por outro lado, a informação disponibilizada pelo investigador, para perceber as

opiniões dos entrevistados, poderá, ainda, ter vindo a condicionar as suas respostas futuras (tanto em perguntas abertas, como fechadas).

Como exemplo, tem-se o caso da pergunta aberta 11, para a qual, como se verificará no capítulo da “Análise Qualitativa”, existirá um elevado número de respostas a afirmarem que, por forma a melhorarem o DDN, acrescentariam um maior número de atividades práticas, em desfavor do elevado número de horas despendidas em palestras que, por sua vez, consideradas “(...) pouco dinâmicas (...)” e “(...) aborrecidas (...)”.

Ora, poderemos estar perante uma de duas situações: ou, os jovens, de facto, consideram as palestras desinteressantes e pouco apelativas, vendo nas atividades práticas, a solução para o problema; ou, por outro lado, os inquiridos já haviam lido informações relativas à crítica do DDN, por parte do investigador e, consciente ou subconscientemente, aproveitaram essa informação, para responderem à questão 11, de uma forma mais breve e facilitada.

Deste modo, e ainda que previamente ciente das restrições à riqueza de informação recolhida, através da utilização de perguntas abertas, o investigador optou por limitar o número de questões de resposta livre, por forma a facilitar a posterior análise dos dados recolhidos.

O que não fora previsto, com tal medida, respeita à influência que a delimitação do número de perguntas abertas teve nos resultados de análise. Isto é, devido à inserção de perguntas fechadas (que seriam destinadas, à partida, a serem abertas), os inquiridos poderão ter sido influenciados pelo conjunto de respostas apresentados nessas questões para, posteriormente, responderem às outras.

Neste caso, não só as perguntas com um conjunto de respostas pré-definidas poderão ter sido afetadas (porque os inquiridos limitaram-se a responder com base nas soluções apresentadas, descartando a hipótese “outras”), como, as restantes, de carácter aberto, poderão, também, ter sido prejudicadas, pelo conjunto de informação que lhes foi sendo transmitida ao longo do questionário (que, presume-se, poderá ter influenciado o rumo das respostas que deram a essas questões).

Note-se, também, que no que diz respeito à análise propriamente dita, das 23 perguntas fechadas, foi realizado um maior número de cruzamentos entre as diferentes

variáveis. Contudo, pela sua observação, e pelas limitações impostas ao número de páginas no “documento final”, foram-se descartando aqueles que pareceram menos pertinentes e relevantes para o estudo em causa, ainda que, importantes, para outros.

Para a abordagem ao presente capítulo, recorreu-se a diferentes testes, de modo a analisar a possível existência de relação entre as variáveis.

Assim, comece-se por referir o teste de independência do Qui-Quadrado, utilizado, fundamentalmente, enquanto método que visa inferir sobre a eventual existência de uma relação entre diferentes variáveis. Para tal fixou-se um nível de significância de 5%, pelo que se o valor de $p\text{-value} < 0,05$ rejeita-se a hipótese de independência entre as variáveis. Este teste é adequado para o cruzamento de duas variáveis qualitativas nominais, ou entre uma nominal e outra ordinal.

Posteriormente, para casos que visam cruzar duas variáveis ordinais, ou uma ordinal e outra quantitativa, calculou-se, também, o coeficiente de correlação de ordem de Spearman, r , que indica a força e o sentido de associação existente entre as duas variáveis. Este coeficiente varia entre -1 e 1 e quanto mais próximo se encontra o coeficiente de Spearman de 1 (ou de -1), melhor será a correlação entre duas variáveis, percebendo-se, assim, até que ponto, a alteração dos valores de uma delas, pode provocar efeitos na outra (no mesmo sentido ou em sentidos opostos).

Há, ainda, espaço para a utilização do Teste de Mann-Whitney, que pressupõe a comparação entre os centros de localização de duas amostras, como forma de detetar diferenças entre duas “populações”. Esta é uma alternativa ao Teste T, quando existe violação da hipótese de Normalidade ou quando as variáveis são de nível ordinal.

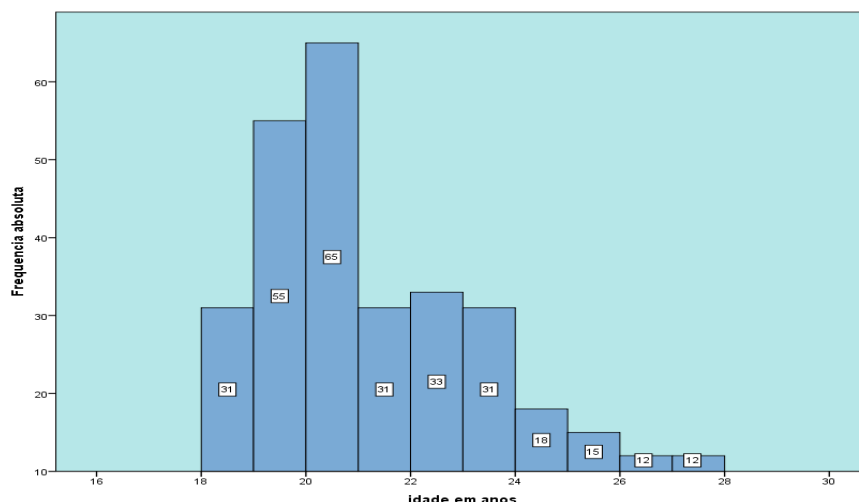
É de se salientar, que para a correta aplicação do teste, pressupõe a verificação da igualdade da forma das duas distribuições (“caixa de bigodes”, teste da igualdade das variâncias e estudo da simetria).

A idade

A primeira pergunta do questionário diz respeito à idade dos inquiridos, sendo que, para que este fosse validado, uma das condições fulcrais seria a de os questionados

possuírem entre 18 a 27 anos de idade como, aliás, já mencionado, por várias vezes, ao longo do trabalho.

Gráfico 2 – Idade dos inquiridos



Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

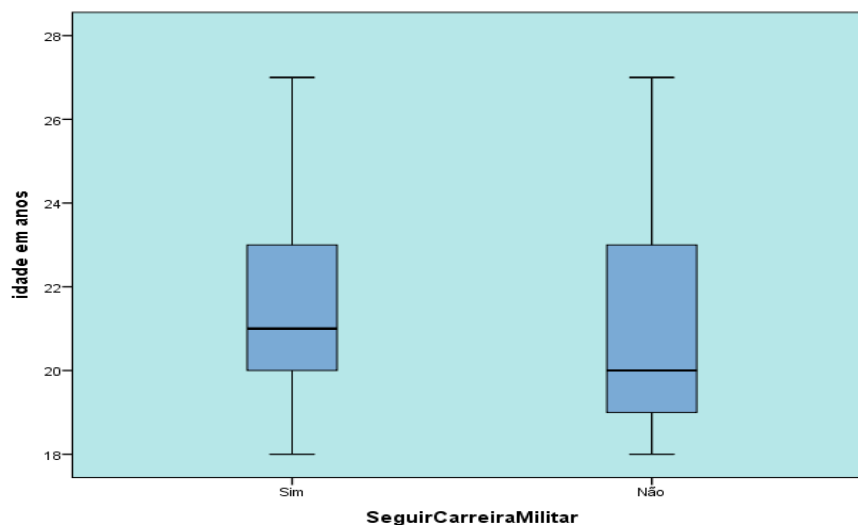
Diga-se, então, que dos 303 indivíduos que compõem a amostra: 31 são respeitantes a jovens com 18 anos (aproximadamente, 10%); 55, com 19 anos (18%); 65, com 20 anos (22%), 31, com 21 anos (10%); 33, com 22 anos (11%); 31, com 23 anos (10%); 18, com 24 anos (6%); 15, com 25 anos (5%); 12, com 26 anos (4%); e, por último, 12 respostas de jovens com 27 anos (4%).

O reduzido número de inquiridos com determinadas idades, levou a uma recodificação da variável idade, na nova variável em escala de medida ordinal com as seguintes categorias: dos 18 aos 20 anos, dos 21 aos 23 anos e, por fim, dos 24 aos 27 anos.

Daí, começou-se por tentar perceber se a variável “idade” possuiria qualquer influência sobre a opção, dos jovens, em seguir uma carreira militar - do cruzamento das variáveis (*p-value* do teste do Qui-Quadrado igual a 0,261), depressa, se concluiu que não existe uma associação entre a idade de um indivíduo e a sua opção por seguir a carreira militar (Anexo 2, Quadro 7).

A título de curiosidade, pela análise dos dados provenientes do cruzamento das variáveis (Anexo 2, Quadro 6) pode-se constatar que a percentagem de indivíduos que nunca pensaram em seguir uma carreira militar é, deveras, superior à dos que o fizeram. (De 73% para 27%, aproximadamente).

Gráfico 3 – Seguir carreira militar



Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

Também, pela análise do quadro, bem como do gráfico em cima apresentado, verifica-se que os jovens dos 21 aos 24 anos são aqueles que, tendencialmente, mais pensaram em seguir uma carreira militar, com 30% do seu total a responder de forma afirmativa à questão – talvez, por exemplo, devido à conclusão dos seus percursos académicos, e respetivo ingresso no mercado de trabalho, levando-os a ponderar todas as hipóteses ao seu dispor.

A propósito do mencionado, fez-se, também, um cruzamento da idade recodificada com o facto de os jovens se encontrarem empregados ou desempregados (95 e 209, respetivamente), por forma a ser corroborado (ou não), o afirmado em cima. Daqui se destaca, então, o resultado do teste do Qui-Quadrado, com um $p\text{-value}=0 (< 0,05)$, existindo, por conseguinte, uma associação entre a situação profissional de um indivíduo e a sua idade (Anexo 2, Quadro 60).

Deste modo, é verificável que, enquanto os indivíduos com idades até aos 23 anos, tendem a não trabalhar (82% até aos 20 anos e 77% aos 23 anos), os jovens com mais de 23 anos estão, na sua maioria, empregados (72%). - Mesmo apesar de a classe de idades superiores a 23 anos, ser muito inferior às restantes, em número, esta contempla quase 50% do número de empregados, no total da amostra (Anexo 2, Quadro 8).

No que toca aos meios de comunicação mais utilizados no quotidiano dos jovens, dependendo das suas idades, facilmente se consegue observar que, em primeiro lugar, é a Internet, a variável com maior peso e, independentemente da classe etária a que um indivíduo pertença, a sua utilização do meio online ronda os 96% (Anexo 2, Quadro 9).

A televisão segue em segundo, com cerca de 60% em jovens dos 18 aos 20 anos, e de 46% nas restantes classes etárias. Salienta-se, ainda, a pouca relevância, quer da utilização do rádio, quer de jornais e revistas, para jovens com idades compreendidas até aos 23 anos, sendo que, no máximo, apenas 15%, os incluíram nos seus meios de comunicação “favoritos”. Contudo, em jovens com mais de 23 anos, o “rádio” e os “jornais e revistas” começam a assumir um peso mais significativo (de 23% e 16%, respetivamente).

No seguimento do mencionado anteriormente, os jovens tendem a investir, na utilização desses meios de comunicação, maioritariamente, um tempo superior a 1 hora, sendo que: 118 deles investem 1 a 3 horas do seu tempo; 102, de 3 a 5 horas; e, por fim, 72, mais de 5 horas. Sobram, então, apenas 11 jovens que dedicam menos de 1 hora do seu tempo para fins relacionados com os meios de comunicação (Anexo 2, Quadro 10).

Da relação dessa variável, com a idade, observa-se que para jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 20 anos, o seu tempo investido nos meios de comunicação é de, maioritariamente, 1 a 3 horas (39%). Já para os jovens entre os 20 e os 23 anos, reparte-se entre 1 a 3 horas (36%) e de 3 a 5 horas (39%). Por fim, os jovens com mais de 23 anos, tendem, claramente, a despende, também, entre 1 a 3 horas na utilização desses meios de comunicação (46%).

Assim, de uma forma geral, é seguro afirmar que a maior parte dos jovens tendem a utilizar os meios de comunicação de uma forma moderada, investindo, diariamente, um total médio de 2,78 horas.

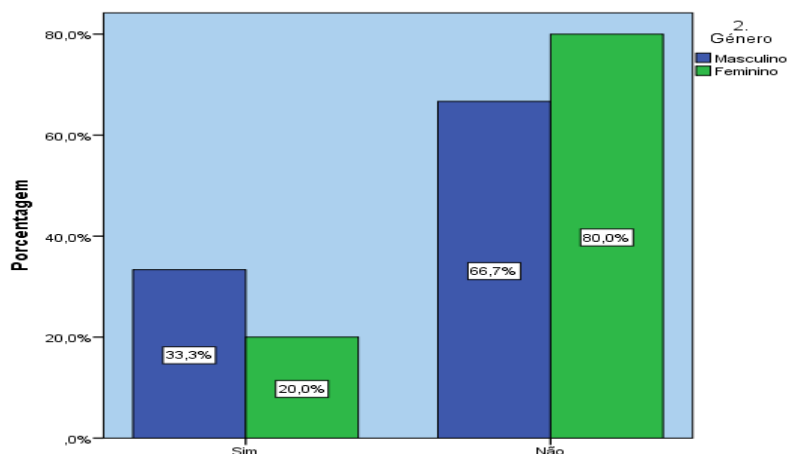
O género

Seguiu-se a pergunta relativa ao género dos indivíduos, na qual se registou uma amostra bastante equilibrada, com 153 jovens do género masculino, e os restantes 150 do feminino.

Do seu cruzamento com a variável respeitante ao pensamento de se seguir uma carreira militar, destaca-se, desde já, a existência de relação entre as variáveis, justificada pela significância do teste do Qui-Quadrado ($p\text{-value}=0,013 < 0,05$) (Anexo 2, Quadro 12).

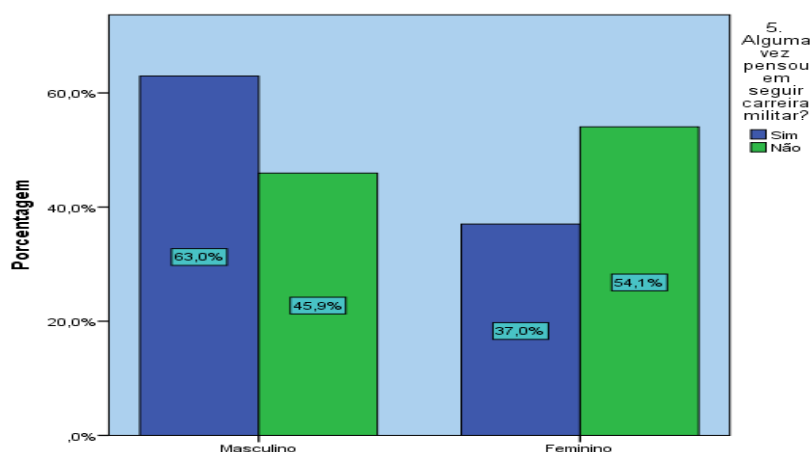
Pela observação dos gráficos em baixo (e pelo Anexo 2, Quadro 11), pode-se concluir, ainda, que 33% do total de homens já pensara em seguir uma carreira militar, em algum momento das suas vidas, enquanto que apenas 20% das mulheres o fez, sendo que, por conseguinte, 63% do total de respostas afirmativas, é referente ao género masculino.

Gráfico 4 - Vontade de seguir carreira militar análise por género



Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

Gráfico 5 - Vontade de seguir carreira militar, análise por tendência de resposta



Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

Ainda no contexto, também são as mulheres, as que menos noções possuem acerca do facto de as Forças Armadas estarem a passar por dificuldades de recrutamento para o

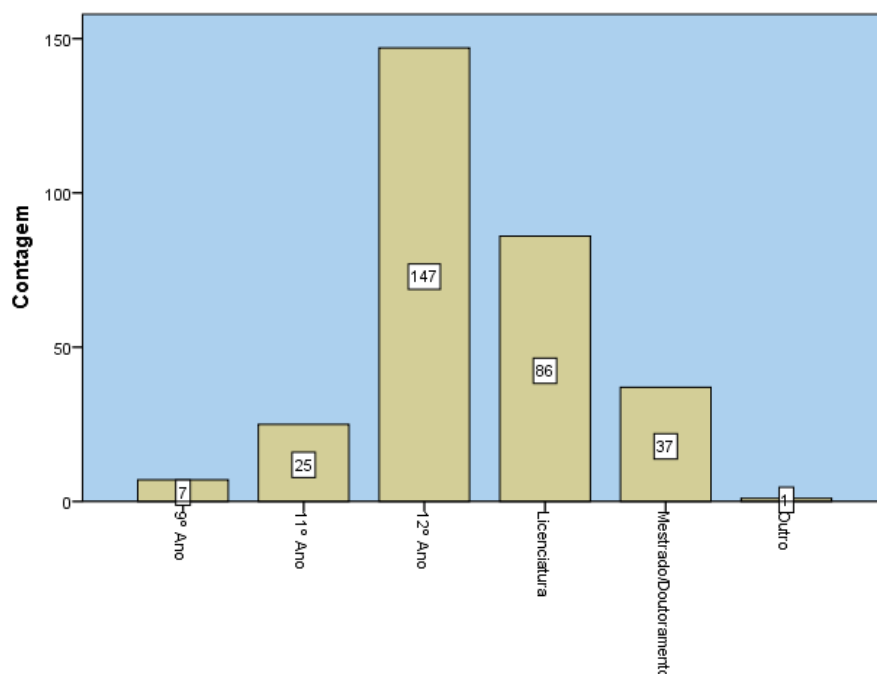
RC. Enquanto das 150 jovens do género feminino, 83 não têm essa noção (55%), nos homens, o valor assume-se bastante mais reduzido - 40%, correspondente a 62 indivíduos de um total de 153 (Anexo 2, Quadro 13).

Do teste do Qui-Quadrado para o cruzamento das duas variáveis mencionadas, resultou, então, um *p-value* de 0,014 ($<0,05$). Tal significa que a variável “seguir carreira militar” possui uma associação com o género do indivíduo em causa (Anexo 2, Quadro 14).

Habilitações literárias

Neste âmbito, existe um total de 7 respostas relativas a indivíduos com o 9º ano concluído, 25 com o 11º, 147 com o 12º, 86 com licenciatura, 37 com o mestrado ou doutoramento e, por fim, apenas 1 resposta relativa a “outros”, mais concretamente, um curso de especialização tecnológico (tudo pela observação do gráfico a baixo).

Gráfico 6 - Habilitações académicas



Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

Da relação da variável com o seguimento da carreira militar, sabe-se que 57% dos jovens que apenas possuem 9º, já haviam pensado nas FFAA como futuro. Depois, com o

11º e 12º ano concluídos, 23% e 24%, respetivamente. Por fim, 30% do total de jovens, quer com licenciatura, quer com mestrado ou doutoramento, pensaram, também, em seguir uma carreira no âmbito militar (Anexo 2, Quadro 15).

Pela observação do valor da correlação do teste de Spearman, podemos concluir que existe uma associação negativa entre as variáveis, isto é, os indivíduos com menor grau de formação académica têm maior tendência a seguir a carreira militar e vice-versa (Anexo 2, Quadro 16).

Embora, a amostra de jovens com o 9º de escolaridade, seja demasiado pequena para daqui se retirarem grandes conclusões, convém salientar que, conforme seria de esperar, é este, o grupo com maior interesse em se candidatar às FFAA, em regime de contrato.

Tal poderá ser justificado por diversos fatores, dos quais se apresenta, por exemplo, e precisamente, a não persecução dos seus estudos académicos o que, naturalmente, poderá levar à incapacidade dos jovens para arranjam melhores ofertas de trabalho, pensando, por conseguinte, numa carreira militar enquanto futuro. – Isto porque, como se observará na parte qualitativa do trabalho, duas das maiores razões para os jovens não se candidatarem às FFAA, são a persecução dos seus estudos e de melhores ofertas de trabalho.

Curiosamente, quando perguntado a esses mesmos jovens com 9º concluído, o que sabem acerca das Forças Armadas, 71% deles afirma não saber nada, seguindo-se indivíduos com o 11º ano concluído, com 44% (Anexo 2, Quadro 17).

A carreira militar enquanto profissão

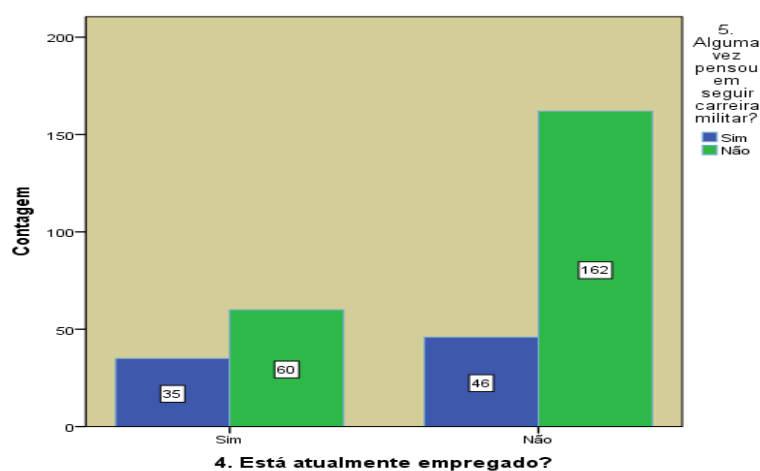
Como já mencionado anteriormente, 81 jovens (26,7%) responderam que já haviam pensado seguir uma carreira militar, enquanto os restantes 222 (73,3 %), nunca o tinham feito, valores que, de facto, se assumem expressivos.

Diga-se, ainda, que desse total de 81 jovens que já pensaram seguir carreira nas FFAA, 35 deles encontram-se, atualmente, empregados (o que representa 43%).

Mesmo, a população empregada a corresponder apenas a cerca de 31% do total de inquiridos - 95 empregados, como já mencionado em análises anteriores -, 43% já pensou,

contudo, seguir carreira militar, sendo os restantes 57% compreendidos por indivíduos desempregados - 46 de um total de 208 - (Anexo 2, Quadro 18).

Gráfico 7 – Situação profissional vs pensar em seguir carreira militar



Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

Assim, podemos concluir que é a população empregada, aquela que mais se debruçou sobre o assunto, o que poderá significar, por exemplo, que os restantes 208 questionados (ou, pelo menos, uma grande parte), não pensaram seguir carreira militar porque, simplesmente, não pensaram no seu futuro, isto é, noutro percurso que não a continuidade dos seus estudos académicos.

Para o cruzamento das variáveis referidos, tem-se uma significância do teste do Qui-Quadrado de 0,011 ($p\text{-value} < 0,05$), o que significa que se rejeita a hipótese nula, ou seja, existe, de facto, uma relação entre a atual situação profissional dos indivíduos e o facto de estes já terem, em algum momento das suas vidas, pensado fazer carreira nas Forças Armadas (Anexo 2, Quadro 61).

Já do cruzamento da variável em estudo, com o principal motivo que poderá levar um jovem a candidatar-se às FFAA, diga-se que a significância do $p\text{-value}$ do teste de Qui-Quadrado é de 0,001 ($< 0,05$), o que nos leva a concluir que existe, também aqui, uma associação entre as variáveis (Anexo 2, Quadro 20).

Assim, os 81 indivíduos que já pensaram seguir uma carreira militar, podem tê-lo feito, precisamente devido a fatores relacionados com a “atratividade da profissão (...)” (25%

do total de respostas), “os benefícios associados à profissão (...)” (14%), o seu “gosto pelas armas” (14%) ou, ainda, “os valores e códigos de conduta a adquirir (...)” (com, também, 14%) (Anexo 2, Quadro 19).

Destacam-se 4 outras respostas, não previstas pelo investigador, na elaboração da questão: 3 referentes ao “historial familiar” e, outra, relativa à “adrenalina e aventura da profissão” (muito embora esta última possa muito bem, associar-se à variável “atratividade da profissão face a outras mais aborrecidas ou desinteressantes”).

Por sua vez, dos 222 que nunca pensaram na carreira militar enquanto futuro, cerca de 20% candidatar-se-iam por motivos relacionados à remuneração, 19%, ao contributo para a segurança do país e 15% dada a ausência de outras oportunidades de emprego.

Note-se que os principais motivos que levariam os jovens que não pensaram seguir carreira militar a candidatarem-se às Forças Armadas, face aos dos que já pensaram fazê-lo, são completamente distintos. Enquanto, por exemplo, a atratividade da profissão é, para uns, a grande “força de recrutamento” à disposição das FFAA (com 25%), esta assume-se, no entanto, para outros, como a menor das razões pelas quais se candidatariam (com apenas 9%). Já as “oportunidades de emprego” revelam-se, por sua vez, para 15% dos desempregados, como o principal motivo pelo qual se candidatariam, contra apenas 6% dos empregados.

Da relação entre a variável em estudo, e aquilo que os jovens mais gostaram no DDN, é necessário salientar que cerca de 50% do total que já pensou em seguir a carreira militar, incluiu, nos aspetos mais positivos do DDN, o contacto com o material bélico e afins (Anexo 2, Quadro 21). Seguiram-se as atividades realizadas durante o dia, com 32%.

Seria interessante perceber-se, então, se existe uma relação de causalidade entre as suas ações. Isto é, por exemplo, será que os jovens que já tinham pensado num caminho militar, sentiram interesse em entrar em contacto com armas e outros equipamentos bélicos ou, por outro lado, será que, foi, precisamente, desse contacto, que nasceu o seu interesse para a profissão?

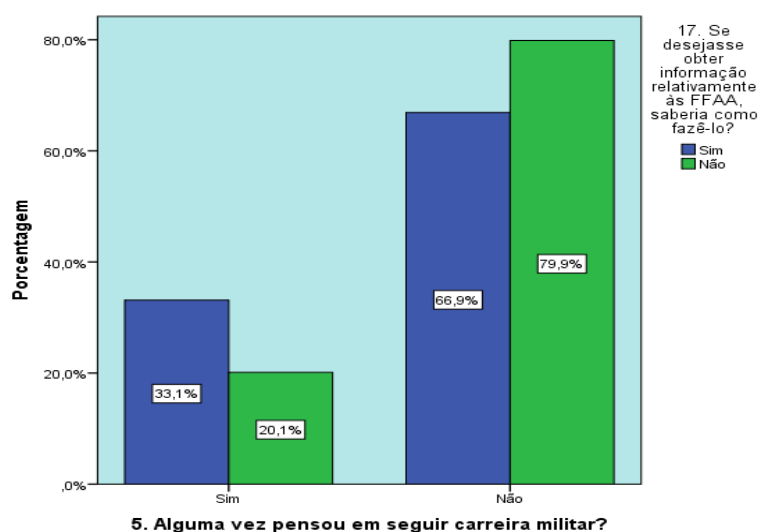
A título de curiosidade, e na expectativa de se perceber se aqueles que já haviam ponderado candidatar-se às FFAA, possuíam (ou não) um maior conhecimento de como aceder a informações relativas às FFAA, cruzaram-se essas variáveis.

Uma vez realizado o teste de Qui-quadrado, resultou um $p\text{-value} = 0,011$ ($<0,05$). Isto significa que existe uma relação entre as variáveis, ou seja, um jovem saber como aceder a informações relativas às FFAA pode, em parte, encontrar-se associado, também, ao facto de já ter pensado em seguir carreira militar (Anexo 2, Quadro 62).

Salienta-se, em seguida, que há um equilíbrio entre o número dos que saberiam como aceder a informações relativas às FFAA e os que não o saberiam fazer (154, contra 149, respetivamente).

Temos que 63% do total de jovens que já pensou em candidatar-se à profissão, sabe como aceder a informações relativas às FFAA, ao passo que apenas 46% dos que não pensaram seguir carreira militar, o saberiam fazer (Anexo 2, Quadro 63).

Gráfico 8 – Vontade de seguir carreira militar vs recolha de informação



Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

Pela observação do gráfico, ainda se pode salientar a enorme diferença, em noções de como aceder a informações relativas às Forças Armadas, entre indivíduos que pensaram e não pensaram seguir carreira militar.

A propósito do mencionado, aquando perante a questão relativa à sua noção acerca das dificuldades de recrutamento que as FFAA têm vindo sentir (questão 18), são os jovens que já pensaram seguir carreira militar, uma vez mais, aqueles que mais noções possuem acerca do período vivido dentro da instituição (61%, contra 49%, dos jovens que não pensaram seguir carreira militar) (Anexo 2, Quadro 25).

As Forças Armadas

Deparados perante a questão relativa à principal razão de existência das Forças Armadas, 164 jovens (54% dos 303 jovens) souberam, de facto, que a defesa da nação e do estabelecido pela Constituição Portuguesa é o objetivo primordial da existência de uma força militar (Anexo 2, Quadro 26).

Contudo, existe uma grande parte de jovens não cientes da missão e da razão de existência das Forças Armadas, sendo que 46% do total de respostas foi disperso entre opções consideradas, no mínimo, “menos corretas”, como, por exemplo, a atuação das FFAA “(...) a fim da defesa de interesses particulares” (3 respostas), ou dos “(...) interesses do Governo” (11 respostas).

São exemplos de outras opções de resposta, “o suporte de apoio para missões internas e externas” (com 55 respostas); “a formação e acompanhamento de jovens para o mundo militar” (com 37 respostas); e a “garantia dos interesses nacionais, em contextos internacionais” (com 30 respostas).

Existe, espaço para 3 outras respostas, todas elas no sentido de afirmarem não saberem qual a razão de existência das FFAA. - Presume-se, no entanto, que a resposta poderia representar, para o estudo, um peso bastante mais relevante, caso previamente apresentada uma opção que permitisse ao questionado confirmar, de facto, o seu desconhecimento acerca do assunto em causa.

Assim, do ponto de vista do investigador, como já mencionado na introdução ao atual capítulo em estudo, o facto de se sugerir um conjunto de respostas, pode levar, uma vez mais, a que os inquiridos, de entre as soluções apresentadas, escolham aquela que lhes pareça a mais adequada.

O Dia da Defesa Nacional

No respetivo subcapítulo, abordar-se-ão todas as questões relativas ao Dia da Defesa Nacional, incluindo no processo, e sempre na perspetiva dos jovens, aspetos negativos e positivos intrínsecos ao evento, a experiência do dia, em si, a sua importância para a consciencialização dos jovens acerca do papel das FFAA, entre outros.

Comece-se por esclarecer a questão relativa ao principal motivo de existência do DDN, à qual 143 respostas foram no sentido de justificá-la, pela “sensibilização dos jovens para assuntos relativos às Forças Armadas” - 47% do total de respostas (Anexo 2, Quadro 27).

Houve 73 respostas como primeiro contacto com as Forças Armadas (24%), 67 julgando o DDN enquanto ferramenta de recrutamento para o serviço militar (22%), 12, para “proporcionar uma experiência única e dinâmica” (4%) e, por fim, as restantes 8 respostas no sentido de observação do dia enquanto “uma ferramenta de apoio a estudos de opinião estatísticos (3%).

Diga-se que, tal como para a análise da questão anterior, embora 47% dos jovens “saiba” o principal motivo de existência do Dia da Defesa Nacional (e apesar dos outros poderem, também, estar corretos), possivelmente, se não apresentadas opções de resposta, parte deles apresentariam resultados diferentes.

Posteriormente, à questão relativa à participação dos jovens no Dia da Defesa Nacional, 266 responderam que já haviam participado, e os restantes 37 que não o fizeram (Anexo 2, Quadro 28).

Curiosamente, desses 37, 62% diz respeito a inquiridos com idades até 20 anos (8% de com idades compreendidas entre os 20 e os 23, e os restantes 30% com mais de 23 anos). Isto porque o DDN tende a ser realizado aos 18 anos de idade dos indivíduos.

Também se pode observar, surpreendentemente, que 19% do total de indivíduos com mais de 23 anos, não participou no DDN. Já dos 20 aos 23 anos, apenas 3% não o fez.

Da relação entre as variáveis, resulta um *p-value* do teste do Qui-quadrado de 0,004, corroborando a existência de uma relação entre elas, isto é, o facto de um indivíduo ter participado no DDN pode, em parte, estar associado à idade que possui (Anexo 2, Quadro 29).

Achou-se pertinente o cruzamento da variável em causa, com o facto de um indivíduo já ter pensado, ou não, seguir carreira militar, por forma a perceber-se o impacto do Dia da Defesa Nacional, para o recrutamento para as FFAA (Anexo 2, Quadro 30).

Observa-se que 28% dos inquiridos que participaram no DDN, pensaram seguir carreira militar, ao passo que apenas 19% dos que não participaram no dia, o fez.

No estudo da participação dos jovens no dia de carácter obrigatório, e perante a sua relação com aquilo que os jovens sabem acerca do regime de contrato das Forças Armadas, nota-se que quem participou no DDN possui mais noções acerca do RC, do que aqueles que nunca o fizeram (Anexo 2, Quadro 31).

Deste modo, 62% dos que não participaram no dia, afirmam nada saber acerca do regime de contrato das FFAA, enquanto apenas 2% desses dizem saber bastante e 19%, alguma coisa, relativamente ao evento.

Com uma significância de 0,005 no teste do Qui-Quadrado, conclui-se, também, a existência de uma relação entre estas variáveis, funcionando, presumidamente, o DDN, enquanto ferramenta importante, muito para além dos fins de recrutamento, para a sensibilização e consciencialização dos jovens acerca de assuntos relativos ao mundo militar (Anexo 2, Quadro 32).

Ainda no contexto da importância do DDN, no sentido de fornecer mais informação aos jovens acerca das FFAA, cruzou-se a variável da participação no evento, com mais outras duas: estes saberem (ou não) aceder a informações relativas ao mundo militar, caso pretendam (questão 17); e conhecerem (ou não) a realidade que está a ser vivida dentro da organização (questão 18).

Como forma de resposta a ambas, o dia revelou-se importante no processo de consciencialização para assuntos relacionados às Forças Armadas, uma vez que aqueles que participaram no evento, tenderam a revelar um maior conhecimento sobre o tema, em comparação com os que não o fizeram (52% contra 40,5%, para a questão 17, e 54% contra 40,5% para a 18) (Anexo 2, Quadros 33 e 34).

Em suma, o Dia da Defesa Nacional deve ser, portanto, considerado enquanto ferramenta fulcral, ao dispor da organização, por forma a informar e a cativar os jovens sobre e para as Forças Armadas.

Muito embora, como concluído pela análise do capítulo seguinte, referente à parte qualitativa do trabalho, o dia encontre todo um conjunto de aspetos negativos que

desincentivam os jovens ao mundo militar, este, revela-se, ainda assim, importante, para as Forças Armadas, enquanto forma de aproximação ao seu público-alvo.

Ainda na exploração do Dia da Defesa Nacional, incluindo a forma como é organizado, realizou-se uma pergunta relativa à experiência, vivida pelos jovens, no evento (questão 9.1). Estes possuíam, então, à sua disposição, e para responder à questão, um grupo de 4 opções, aproximadas à escala de Likert, mas, ainda assim, sem uma opção intermédia, para que se prevenissem as ditas “neutralidades” de resposta.

Desta, verificou-se que 19 indivíduos consideraram o DDN completamente inútil e desinteressante, 60, como pouco útil e desinteressante, 134, enquanto útil e elucidativo e, por fim, 53, acharam, o dia, dinâmico, elucidativo e cativador.

Note-se que, do total de jovens que consideraram o evento “completamente inútil e desinteressante”, quase 70% deles são homens (Anexo 2, Quadro 35).

Ora sabendo, por conclusões anteriores, que são os homens, aqueles que mais tendem a pensar em candidatar-se às FFAA, a instituição deveria fazer um esforço distinto no sentido de os cativar, uma vez o público feminino ser um target menos relevante para recrutamento.

Do cruzamento da variável, com o facto de os jovens considerarem, ou não, o DDN importante, para a consciencialização do que são as FFAA, obteve-se, através do teste do Qui-Quadrado, uma significância de 0 ($p\text{-value}<0,05$). Pode-se concluir que existe relação entre a experiência vivida no evento, e a importância que lhe é dada, posteriormente, para efeitos de consciencialização acerca do papel da organização militar (Anexo 2, Quadro 37).

Ainda relativamente ao tópico, verifica-se que, mais de 80% dos que consideraram o dia pouco importante para a consciencialização do papel das Forças Armadas, consideraram, também, a sua experiência no evento completamente inútil ou, no mínimo, pouco útil e desinteressante (Anexo 2, Quadro 36).

Diga-se, que do total de pessoas que consideraram o DDN enquanto “bastante inútil e desinteressante”, 63% deles não reconhecem a importância do dia, no papel de consciencialização para os motivos de existência das Forças Armadas.

Relativamente aos aspetos negativos do DDN (questão 9.2), na perspetiva dos jovens, tem-se: 112 respostas foram de encontro com a má qualidade das refeições (28%); 79 pelas “palestras pouco apelativas e desinteressantes” (20%); 78 pela duração longa do evento (20%); 59 pela falta de atividades práticas suficientes (15%); 55 pelo excesso de informação transmitida (14%); e, por último, 13 respostas no sentido da antipatia dos militares no evento (Anexo 2, Quadro 38).

Houve, ainda, espaço para 2 “outras” respostas, relativas ao evento ser de curta duração e a não haver aspetos negativos a ser apontados ao DDN.

Note-se que o total de respostas fora de 398 (embora, a amostra, apenas contenha 303 casos), uma vez dada a possibilidade de múltiplas respostas, à questão em causa.

Assim, em tom de conclusão, destaque para a componente demasiado teórica, em detrimento da prática, a par de uma má oferta de condições alimentares, enquanto focos de resposta, parecendo, portanto, haver uma opinião quase consensual, relativamente aos aspetos negativos que afetam o dia.

Já no que toca aos aspetos positivos do DDN (questão 9.3), nota-se um equilíbrio entre as diferentes opções apresentadas, sendo, no entanto, a mais referida, o “contacto com o material bélico (...)”, com 30% do total das respostas dadas, seguido das “atividades realizadas durante o DDN”, com 20% (Anexo 2, Quadro 39).

Desta forma, facilmente se conclui que, uma vez mais, o aumento do número de atividades práticas (em prejuízo das teóricas) assume uma importância elevada para a maior atratividade do evento, a ver de uma grande parte dos inquiridos.

Destacam-se, ainda, “outras” opções de resposta, não previstas antecipadamente pelo investigador, como a qualidade das refeições oferecidas no DDN (3 respostas) ou o facto de o evento não possuir nada de positivo (outras 3 respostas).

Não convém esquecer, também, as análises já realizadas, anteriormente, nas quais esta variável fora incluída, tendo-se que 265 jovens consideram o evento importante para a consciencialização do papel das FFAA, na (e para a) sociedade, ao passo que apenas 38, não (questão 10).

Foi decidido cruzar-se a variável, com o facto de os jovens saberem onde pesquisar, caso pretendam obter informações relativas ao mundo militar (questão 17), do qual resultou uma significância de 0,044, no teste do Qui-Quadrado, ($p\text{-value} < 0,05$), o que confirma a existência de uma relação entre as variáveis (Anexo 2, Quadro 41).

Pela sua análise destaca-se, ainda, que 91% dos jovens que saberiam como obter informações relativas às FFAA, consideram, também, o DDN importante para a consciencialização acerca do papel militar e 66% dos que não sabem o que fazer, caso pretendam obter informações acerca das Forças Armadas, não consideram o Dia da Defesa Nacional importante, no papel de sensibilização para a importância de uma força armada nacional.

Em suma, pressupõe-se a importância do DDN, enquanto força de recrutamento das Forças Armadas. Há ainda, no entanto, a ver do investigador, um enorme potencial por explorar na forma de organização do evento, por forma a aumentar o número de contratados, para as fileiras da organização.

O Regime de Contrato das FFAA

Relativamente às noções dos jovens acerca do regime de contrato das FFAA, uma vez mais, foi utilizada uma escala tipo Likert, com 4 hipóteses para evitar respostas “neutras”, que acabaria por não contribuir tanto para o estudo em causa.

Daqui, obtiveram-se apenas 7 respostas a afirmar saber bastante sobre o RC, 56 que sabem alguma coisa acerca do mesmo, e 240 pessoas que pouco, ou nada, sabem acerca do regime de contrato das Forças Armadas (130 e 110, respetivamente) (Anexo 2, Quadro 64).

Decidiu-se, primeiramente, cruzar a variável, com a seguinte, relativa a exemplos das condições do regime do contrato, do qual se concluiu a relação entre as variáveis ($p\text{-value} = 0 < 0,05$) (Anexo 2, Quadro 42).

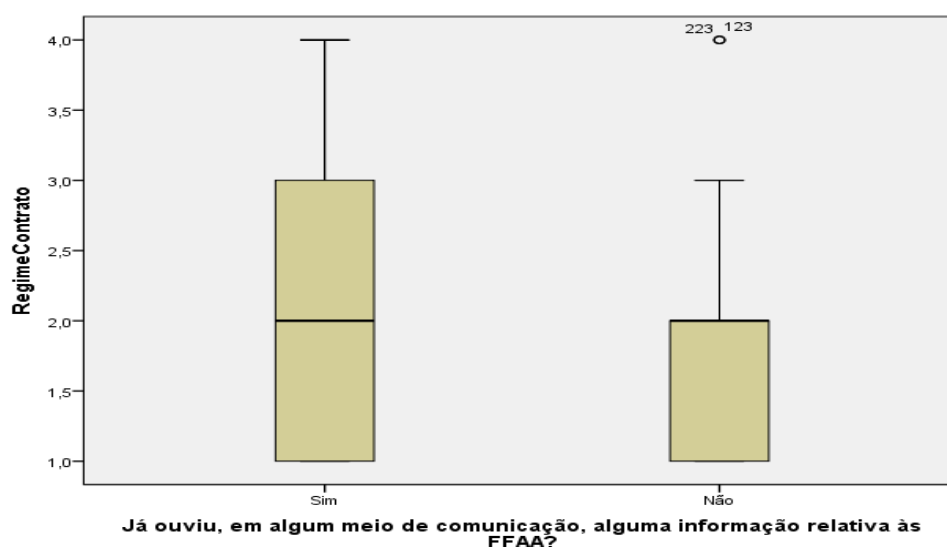
Como foi evidenciada, a presença de um $p\text{-value}$ associado ao teste do Qui-quadrado igual a zero ($< 0,05$), um indivíduo que nada saiba acerca do regime de contrato das FFAA, tenderá a responder, por sua vez, que não tem conhecimento dos benefícios oferecidos pela instituição, para o regime em causa.

Diga-se que 33 indivíduos responderam que não sabiam que o Estado oferecia um conjunto de benefícios materiais, sociais, formativo-habilitacionais e profissionais, por forma a incentivar, os jovens, a candidatarem-se ao regime de contrato das FFAA. Por sua vez, 144 responderam que tinham vagas noções acerca do referido, 70 “alguma coisa” e, por fim, 56 que estavam cientes dos incentivos oferecidos à carreira militar a contrato - Questão 12.1 - (Anexo 2, Quadro 49).

Realizou-se, ainda, um teste de Mann-Whitney, por forma a se perceber se o que se sabe acerca do Regime de Contrato das FFAA (Q12) e de o Estado fornecer benefícios para os militares em RC (Q12.1), diferem consoante o indivíduo já ouviu, ou não, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA (Q16-nominal).

Desta forma, e para se poder aplicar o teste, verificou-se a igualdade da forma das duas distribuições (caixa de bigodes-boxplot, teste da igualdade das variâncias e estudo da simetria). Tais pressupostos são validados para ambas as variáveis: as caixas de bigodes mostram que as duas distribuições têm forma idêntica (especialmente no 2º caso-Q12.1); o teste da igualdade das variâncias mostra que a dispersão nos 2 grupos é igual, pois o nível de significância do teste é de, respetivamente, 0,410 e 0,725; e da análise do enviesamento e da curtose pode-se concluir que ambas as distribuições (quer para Q12, quer para Q12.1) são simétricas e mesocúrticas (Anexo 2, Quadros 44, 45 e 46).

Gráfico 9 – Meios de comunicação das FFAA



Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

Assim, é seguro concluir que o nível de significância do teste de Mann-Whitney, quer para a Q12, quer para a Q12.1 assume um valor inferior a 0,05 ($p\text{-value}=0,000$ e $p\text{-value}=0,001$, respetivamente), o que leva, por conseguinte, à rejeição da hipótese, significando que existem diferenças entre estas questões e a Q16, ou seja, o facto de um indivíduo já ter ouvido informações acerca das Forças Armadas num qualquer meio de comunicação, tenderá a influenciar o rumo da sua resposta, tanto para a questão 12, como para a 12.1 (Anexo 2, Quadro 47).

Diga-se, depois, que os jovens que já ouviram informações relativas às Forças Armadas, num qualquer meio de comunicação, tendem a conhecer melhor o RC - cruzamento entre a variável com a da questão 16, resultando num $p\text{-value}=0$, no teste do Qui-Quadrado (Anexo 2, Quadro 48).

De acordo com os dados obtidos, 80% dos indivíduos que afirmam saber alguma coisa acerca do RC, já ouviram informações relativas às Forças Armadas na rádio, internet, jornais ou revistas e afins (Anexo 2, Quadro 43). Por sua vez, 63% dos que afirmaram não saber nada do regime de contrato, disseram que, também, nunca haviam ouvido qualquer informação associada ao mundo militar, nos meios de comunicação.

A título de curiosidade, os jovens que mais afirmam saber, relativamente ao RC, disseram, também, que saberiam onde pesquisar, se necessário obter alguma informação acerca das FFAA (questão 17, da qual o teste do Qui-quadrado apresenta um $p\text{-value}$ de $0,001 < 0,05$), e que tinham noções de que estas têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento para o regime em estudo (questão 18, com um $p\text{-value}$ do teste do Qui-Quadrado igual a $0,014 < 0,05$) (Anexo 2, Quadros 50 e 51).

Os meios de comunicação

O presente subcapítulo, fará referência a todas as questões relativas aos meios de comunicação utilizados pelos jovens – para que, posteriormente, se perceba até que ponto estão a receber informações relativas às Forças Armadas ou se, por outro lado, existe uma grande parte deles que não possui quaisquer noções acerca do mundo militar, muito por culpa da falta de comunicação da organização, levando, por conseguinte, ao seu desinteresse e à não persecução da carreira.

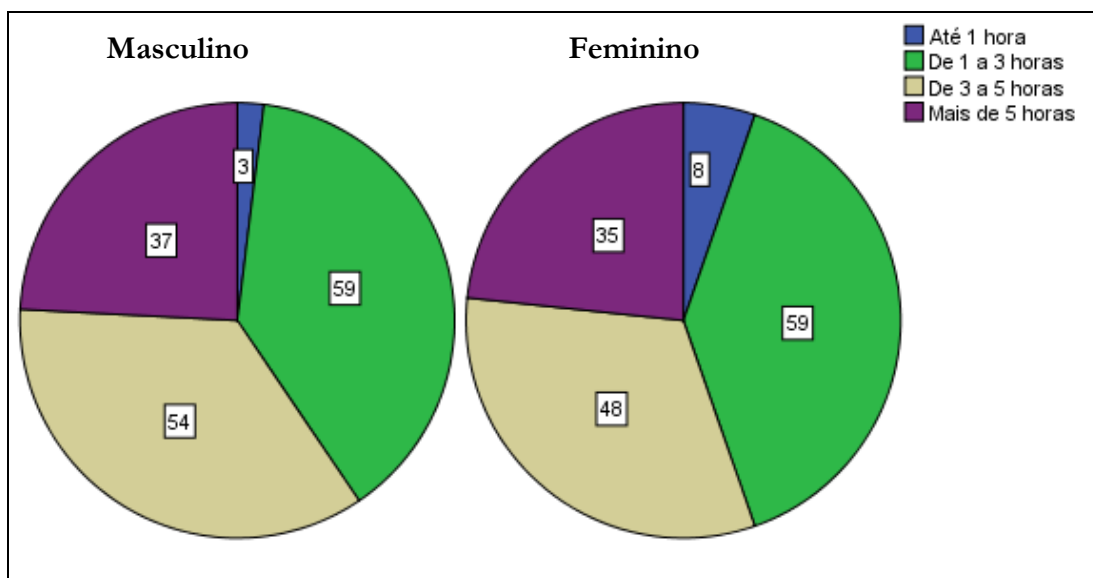
Começou-se, desta forma, por perguntar aos jovens quais os meios de comunicação que mais utilizavam no seu dia-a-dia, pelo que as respostas foram, quase todas, no sentido da utilização da Internet (com 96,4%, face ao total de respostas) (Anexo 2, Quadro 52).

No seguimento da análise do quadro, 292 respostas (dos 303 inquiridos), incluíam a internet enquanto meio mais utilizado por eles, seguido da televisão, com 158, depois o rádio com 47 e, por fim, 25 de jornais e revistas – perfazendo, deste modo, um total de 522 respostas.

Relativamente ao tempo aproximado que os jovens costumam despendar, para a utilização desses meios de comunicação (questão 14) e, como já dito anteriormente, estes tendem a investir, na utilização desses meios de comunicação, maioritariamente, um tempo superior a 1 hora, sendo que: 118 deles investem 1 a 3 horas do seu tempo; 102 de 3 a 5 horas; e, por fim, 72 mais de 5 horas. Sobram, então, apenas 11 jovens que dedicam menos de 1 hora do seu tempo para fins relacionados com os meios de comunicação.

Note-se que existe uma distribuição muito semelhante entre géneros, relativamente ao número de horas investidas na utilização dos meios de comunicação. - Tudo de acordo com o gráfico apresentado em seguida.

Gráfico 10 - Tempo despendido diariamente em meios de comunicação, por género



Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

No cruzamento dessa variável com o facto de um jovem já ter ouvido (ou não) alguma informação sobre as FFAA nos meios de comunicação, verificou-se que existe uma relação entre ambas as variáveis (*p-value* do teste Qui-Quadrado= 0,017 <0,05) (Anexo 2, Quadro 54).

Ressalva-se que 90% dos indivíduos que apenas utilizam os meios de comunicação por até uma hora, não ouviu qualquer tipo de informação relativa às FFAA, em qualquer desses meios (Anexo 2, Quadro 53).

Por sua vez, 60% dos jovens que utilizam os meios de comunicação por períodos de tempo superiores a 5 horas, já ouviram informações relativas à carreira militar.

No seguimento do mencionado, quando se pergunta aos jovens quais os períodos do dia em que estes acedem aos meios de comunicação com maior frequência (questão 15), verifica-se uma clara tendência, para o período noturno - 41,4% de um total de 522 respostas (Anexo 2, Quadro 55).

Ou seja, aproximadamente, 71% do total de jovens, mencionou “a noite”, enquanto melhor período para acederem aos meios de comunicação. Por sua vez, 40% referem o “final de tarde”, 29%, “durante a tarde”, 18%, à “hora de almoço” e, por último, 15%, durante a manhã.

É necessário perceber, então, se a comunicação das Forças Armadas é dirigida, de forma correta, aos jovens, ou se, por outro lado, não consegue alcançá-los, resultando isto em problemas de recrutamento e de falta de informação dos jovens acerca da organização.

Ou seja, de que vale, por exemplo, comunicar-se durante a manhã, a um público-alvo que, na sua maioria, acede aos meios de comunicação durante a noite? Ou de que serve publicar informações acerca das FFAA, nas revistas e jornais, ou na rádio, quando se assiste a uma clara tendência dos jovens, para a utilização de outros meios, como a televisão ou o online?

Em seguida, e embora já mencionada, por várias vezes, no seu cruzamento com outras variáveis, surge a questão referente ao facto de os jovens já terem ouvido (ou não), informações acerca das Forças Armadas.

É importante reter que dos 303 inquiridos, 153 já tinham ouvido informações relativas ao mundo militar, sendo que, as restantes 150, não (Anexo 2, Quadro 56).

Destaque-se que existe, entre esta (questão 16) e as duas finais (17 e 18), uma associação, justificada pela observação dos resultados derivados do teste do Qui-quadrado, sendo os seus *p-values*, respetivamente, de 0,001 e de 0,003 (Anexo 2, Quadros 57 e 58).

De acordo, agora, com a questão 16.1, referente ao facto de os jovens já terem ouvido informações relativas às Forças Armadas, foi-lhes questionado através de que meios tinham ouvido essas mesmas informações.

De um total de 233 respostas, por parte dos 153 indivíduos que já tinham qualquer tipo de informação relativa às Forças Armadas, tem-se que foi a televisão, a que assumiu o maior peso de respostas, com 106 (ou, percentualmente, 45%). Seguiram-se outras como a internet, com 90 respostas (39%), os jornais e revistas, com 19 respostas (8%) e a rádio, com 18 respostas (aproximadamente, 8%) (Anexo 2, Quadro 59).

4.3. Análise qualitativa

A abordagem a ser realizada tendo em vista a análise da componente qualitativa presente no trabalho, pressuporá a necessidade de uso da análise de conteúdo, e segundo determinadas regras e princípios fundamentais.

Assim, e por forma a serem percebidas e analisadas, as respostas às 4 questões abertas presentes em cada um dos 303 questionários realizados, será necessária a introdução a alguns conceitos básicos de orientação acerca do respetivo método de análise qualitativa.

Segundo Bardin (2009), a análise de conteúdo é um meio, ao dispor de qualquer investigador, que vise a tradução de determinadas informações dispostas de forma menos organizadas, em categorias e subcategorias, de modo a permitir a formação de uma linha de orientação para as respostas recebidas aos questionários e entrevistas.

Para a autora, e de forma resumida, a dita “análise de conteúdo” não é mais do que um método que trabalha a fim da desmistificação do conteúdo informativo adquirido, através de um conjunto de instrumentos e técnicas de análise da comunicação. Análise essa,

diga-se, que utiliza procedimentos sistemáticos e que recorre à categorização das informações obtidas. (Bardin, 2009).

A análise de conteúdo é, portanto, um grande “jogo” de formulação de hipóteses e contra-hipóteses, dependentes da qualidade e da matéria da respetiva informação obtida, bem como da interpretação e da parcialidade investigatória de quem a analisa.

O pretendido com a realização destas 4 questões é enriquecer a informação conseguida, promover a criatividade e aumentar a envolvimento dos jovens, no questionário, para lá das breves respostas resultantes da observação de uma lista de hipóteses, previamente estipulada. Sendo, as respostas, de livre interpretação e escrita, o entrevistado não é tão influenciado pela perspectiva do investigador, nem tão restringido, na sua opinião e no conteúdo da sua resposta, ao pequeno conjunto de hipóteses previstas, logo a priori.

Questão 5.1

No âmbito da questão 5 do inquérito entregue (*“Alguma vez se imaginou a seguir uma carreira militar?”*), surge-nos a questão 5.1, como primeiro contacto ao método qualitativo: *“Se respondeu “sim”, diga, resumidamente, porque não o fez”*.

Para a pergunta em causa, obtiveram-se 80 respostas, das 303 possíveis (o que se traduz num total de apenas cerca de 26% de indivíduos que já pensaram em candidatar-se às FFAA e, que ainda assim, não o fizeram, pelos motivos descritos, em baixo:

Quadro 1 - Motivos que levam jovens que pensaram em seguir carreira militar.

Categorização	Motivações profissionais e académicas	Subcategorização	<i>Persecução dos estudos académicos</i>	Frequência	21
			Decisão demasiado restritiva		1
			Falta de motivação, coragem e/ou vontade		5
			<i>Escolha de outros percursos profissionais</i>		12
			Falta de condições, liberdades e regalias da profissão		4

Categorização	Interesses, condicionamentos e motivações pessoais	Subcategorização	Distanciamento de casa, da família e amigos	Frequência	4
			Incerteza e/ou medo de compromisso a uma carreira militar		5
			Problemas de carácter pessoal		1
			Disparidade de existência entre homens e mulheres nas FFAA		3
			Demasiada exigência física e/ou mental da profissão		3
	Fatores externos		Influência de familiares e amigos		1
			Outros		5
	Não correspondência aos critérios de seleção		Falha nas provas e requisitos de admissão das FFAA		6
			Candidatura fora de prazo		1
			Falta de aptidão física e/ou problemas de saúde		9

Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

A questão foi, de imediato, realizada por forma a ir-se de encontro ao objetivo geral do trabalho - o de perceber quais as motivações que levam os jovens a não se candidatarem às Forças Armadas - contudo, restrito apenas àqueles que, embora não se tendo candidatado, manifestaram, em algum momento da sua vida, interesse em fazê-lo.

Assim, pela análise do quadro em cima, e após a subdivisão dos conteúdos de informação obtidos junto dos inquiridos com idades compreendidas entre os 18 e os 27 anos, facilmente se observa que são os “estudos académicos” e a “persecução de carreiras profissionais”, as principais razões que levaram os jovens que consideraram a possibilidade de uma carreira militar, a não a seguirem.

Com a continuação da análise e com a inter-relação das respostas das 4 perguntas abertas, espera-se, então, entender melhor as razões que levam a que as FFAA sejam postas de parte pelos jovens, em prol dos seus estudos, de outras carreiras profissionais ou por qualquer outro motivo, mencionado, ou não mencionado, acima. Serão as novas ofertas no mercado de trabalho mais apelativas e interessantes, ou será que, simplesmente, as FFAA

não possuem uma oferta de trabalho com condições significativamente convidativas ao seguimento da carreira militar? Será o desinteresse dos jovens pelas FFAA tal, que estes acabam por nem ponderar a carreira, ou será que apenas existe uma falha na comunicação das FFAA, fazendo com que os jovens não possuam informação suficiente para a tomada de decisão a favor da carreira militar?

Ainda na análise do quadro, destaque para a falta de aptidão física e/ou problemas de saúde que levam os jovens a não concorrerem ou a falharem nos testes de admissão das FFAA (6 + 9 em 80). – Numa sociedade cada vez mais próxima das tecnologias de informação e comunicação e do meio virtual (“N-Gen” ou “Geração Net”) é, de facto, previsível, que os jovens tenham mais problemas físicos e psicológicos (Tapscott, 1999).

Note-se que o total de jovens que responderam à pergunta foi de 80, mas o total de respostas no gráfico são 82, uma vez que dois questionários foram incluídos em mais do que uma subcategoria.

Outra subcategoria que merece especial atenção, embora apenas com 4 respostas para a pergunta atual, é a do “distanciamento de casa, da família e de amigos”. Isto porque, embora o trabalho não tenha previsto uma significância considerável da variável, como veremos com a análise das restantes questões, esta acaba por ser mencionada diversas vezes, assumindo um peso mais significativo do que o previsto, para o estudo em causa.

Questão 11

A questão 11 – **“Se pudesse, enquanto organizador do DNN, o que faria por forma a melhorar a experiência desse dia?”** – visa compreender de que forma o Dia da Defesa Nacional pode ser trabalhado a fim do atual processo de recrutamento das FFAA (bem como na difusão da sua imagem), através da informação e da cativação dos jovens para um futuro militar (respeitante ao objetivo segundo, do trabalho).

Para esta pergunta, obtiveram-se 246 respostas, das quais 11 acabaram por serem anuladas por consideradas pouco relevantes para o resultado de estudo (3 pela utilização de termos e expressões pouco adequadas e desrespeitosas e os restantes 8 porque, ou responderam que não sabiam, ou que ainda não tinham participado no DDN). Assim, a amostra total para a pergunta 11, é de 235 indivíduos.

Mas note-se que o quadro apresentado de seguida possui mais do que as 235 respostas, já que, cada uma delas poderá ser agrupada em mais do que uma subcategoria, de acordo com os campos de matéria das opiniões dadas.

Quadro 2 - O que faria para mudar a experiência do DDN.

Categorização	A componente teórica	Subcategorização	Menor quantidade de palestras e mais objetividades da informação transmitida	Frequência	40
			Melhor sensibilização para o papel das FFAA		3
			Vídeos de demonstração de atividades militares		4
			Relato de experiências pessoais vividas em serviço militar		6
			Novos métodos de apresentação da informação transmitida		29
	A componente prática		Maior apresentação e contacto com os equipamentos militares (p.e material bélico)		15
			Maior número de atividades práticas e demonstrações		116
			Aproximação das atividades do DDN ao dia-a-dia de um militar		19
			Redução dos “tempos mortos”		3
			Promoção da interação entre jovens e militares		8
	Realização e duração do evento		Introdução de uma “Semana da Defesa Nacional”		2
			Realização do DDN num fim de semana		2
			Maior duração do evento		6
			Menor duração do evento		14
			Estrutura do Dia da Defesa Nacional		Melhoramento do serviço alimentar oferecido
	Realização do DDN numa fase antecedente aos 18 anos				2
	Seleção de militares com mais empatia, menos rigidez e/ou maior capacidade de interação social				5
	Não alteração da atual estrutura do DDN				13
	Melhor organização do evento				1
	Eliminação da obrigatoriedade de participação no DDN				4

Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

No que toca aos dados recolhidos para a questão em causa, salienta-se, desde já, o enorme peso da componente teórica no atual modelo de DDN, o que, pela análise das opiniões recolhidas, resulta no descontentamento, face ao dia. Na opinião de muitos, é necessário “haver mais atividades práticas e as palestras durarem menos tempo e terem outra dinâmica”.

De encontro com o mencionado anteriormente, 40 jovens consideram as palestras “(...) pouco apelativas (...)”, “(...) desinteressantes (...)” e “(...) demasiado demoradas (...)”, sendo que outros 29 reconhecem a importância da introdução de novos métodos de apresentação das informações a transmitir, afirmando ser necessário “tornar as palestras mais interativas (...)”, “(...) dinâmicas” e “(...) objetivas”, tornando mais cativante o DDN.

Um dos exemplos de novas formas criativas de se combater a componente excessivamente teórica do DDN - e a qual o trabalho fez questão de dividir numa outra subcategoria, não só pela sua importância, como pela frequência das respostas dadas (6 respostas) -, é a do relato de “(...) histórias verídicas vividas pelos militares, em prestação do seu serviço ao país (experiências, quotidiano, guerras)”.

Assim, “(...) convidar jovens militares recentemente inscritos, para contarem a sua experiência de forma convidativa a possíveis candidatos interessados” ou pedir “(...) a veteranos de guerra e a militares de altas patentes para falar com os adolescentes acerca das suas vivências (...)”, foram exemplos de respostas incluídas nesta subcategoria.

Verifica-se, ainda, que 116 indivíduos afirmam que devesse existir um maior número de atividades práticas e demonstrações de campo, sendo que é necessária “a maior envolvimento dos jovens nas atividades, promovendo a sua participação” e, ainda, “(...) a interação entre os soldados e os jovens”. De acordo com alguns, desta forma seria possível “tornar o Dia da Defesa Nacional mais dinâmico e apelativo ao público jovem”.

A propósito da importância da componente prática ao invés da teórica, 19 inquiridos afirmam que seria uma mais valia “fazer atividades que se assemelhem ao dia a dia dos militares (...)”, embora alguns cientes de que “(...) as atividades foram desativadas devido ao incidente com uma jovem, ocorrido há uns anos”.

Destaque, ainda, para a necessidade de melhoramento das refeições oferecidas, uma vez que 16 jovens revelam experiências negativas relativamente à comida que lhes fora

oferecida. Embora possa parecer irrelevante, presume-se que não é muito complicado melhorar, pelo menos um pouco, as refeições oferecidas no DDN, já que, para muitos, tal pode revelar-se mais importante do que se faria parecer. “Melhorar as refeições (...)”, “(...) a ementa (...)” e “(...) informarem-se os jovens a levar comida, já que a de lá não é nada de especial”, são algumas das respostas que se destacam, no sentido de ser percebida a “fraca qualidade do serviço alimentar oferecido”.

No que toca à duração do evento, 10 jovens defendem a implementação de um modelo de DDN com maior duração (seja um fim de semana, uma semana, entre outros), pois “num dia não é possível mostrar nem cativar os jovens. A primeira coisa a fazer é aumentar o período de experiência”.

No entanto, outros 14 defendem “a diminuição do número de horas do evento, por forma a torná-lo mais apelativo (...)”. Isto é, o evento deveria ser de menor duração, uma vez “demasiado massudo (...)” e “(...) extenso (...)”.

Embora, aparentemente, integrado na subcategoria das “atividades práticas e demonstrações”, foi considerado relevante criar-se uma nova subcategoria apenas para “o contacto com o equipamento militar”, uma vez que houve 15 pessoas a mencionarem o assunto, afirmando algumas, por exemplo, que se deveriam “mostrar mais equipamentos militares”, “proporcionar uma experiência de disparar uma arma” e “haver um maior contacto com o material bélico”.

Houve, ainda, 2 respostas relativas à elaboração de um DDN numa fase mais prévia da vida dos jovens, já que, o problema do elaborado atualmente, é que a sua grande maioria frequente, já, ensino secundário e, por conseguinte, possui uma ideia do “rumo a seguir”.

Assim, o DDN “realizar-se mais cedo, em vez de apenas aos 18 anos”, poderia resultar em jovens mais informados acerca das FFAA, numa fase em que muitos ainda não possuem quaisquer ideias daquilo que quererão ser no futuro. Por conseguinte, tal poderia resultar numa maior “abertura” dos jovens a essa informação e, por sua vez, uma maior probabilidade de seguirem uma carreira militar.

Diga-se, ainda, que 13 inquiridos manifestaram agrado no atual modelo de Dia da Defesa Nacional o que, provavelmente poderá ser justificado pela boa experiência do dia em que foram.

A “melhor organização do evento” (1 resposta), a “eliminação da obrigatoriedade de participação no DDN” (4 respostas), a “seleção de militares com mais empatia, menos rigidez e/ou maior capacidade de interação social” (5 respostas), a “redução dos tempos mortos” (3 respostas), os “vídeos de demonstração de atividades militares” (4 respostas) e a “melhor sensibilização para o papel das FFAA” (3 respostas), foram outros exemplos de subcategorias de resposta ao que se pretendia saber.

Em conclusão, e quase por unanimidade, o DDN é considerado como um dos maiores instrumentos de recrutamento à disposição das FFAA (conclusões à questão 10), sendo inequívoca, a sua importância, para a consciencialização e atração de jovens para o mundo militar.

Através da análise dos dados qualitativos apresentados, verifica-se uma grande insatisfação dos jovens face à atual estrutura de organização do DDN, especialmente, e do seu ponto de vista, em áreas como: a excessiva quantidade de palestras; a sua pouca dinâmica e falta de atratividade; a necessidade de um “*maior número de atividades práticas e demonstrações*”; e, até, a *aproximação dessas mesmas atividades ao quotidiano militar*.

Tudo isto, possivelmente, e para muitos deles, acaba por funcionar, não como instrumento de recrutamento, mas como “repelente” à sua eventual persecução de uma carreira militar.

Questão 17.1

No âmbito da questão 17 do questionário entregue (“*Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?*”), surge-nos a questão 17.1, “*Se a resposta foi afirmativa, diga como*”.

Comece-se por dizer que, da amostra total (N=303), 147 pessoas afirmaram que saberiam como fazer, em caso de pretenderem adquirir qualquer tipo de informação relativa às Forças Armadas (quase 50%).

Quadro 3 - Locais onde pesquisariam informação acerca das FFAA.

Categorização	Internet (redes sociais, websites oficiais, google e correio eletrónico))	Frequência	144
	Feiras e eventos		1
	Regimentos militares e centros de recrutamento		13
	Familiares e amigos		6
	Linhas de apoio		2

Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

Como podemos verificar pela observação do quadro, é notório, o peso da variável “Internet” (que pressupõe todo o tipo de pesquisas Google, websites oficiais das FFAA, e-mail e afins), verificando-se um total de 144 de respostas. Há, portanto, apenas 3 pessoas que não incluíram a “Internet” nas suas formas de aquisição de informação relativa às FFAA.

Verifica-se, ainda, que 6 respostas são relativas à aquisição dessa informação, por parte dos jovens, via familiares e amigos, e apenas 16, por outros meios, mais específicos: 13 delas, via regimentos militares e centros de recrutamento; 2 pela ligação para as linhas de apoio das FFAA; e, por fim, 1 relativa a feiras e eventos nos quais as FFAA participem.

Tal poderá significar que existe, de facto, um grande desconhecimento dos jovens acerca das FFAA e de como poderão obter informações relativas a elas. Embora, como visto anteriormente, cerca de 50% da amostra recolhida afirme saber o que fazer, em caso de desejar obter informações relativas às FFAA, nos dias de hoje qualquer jovem tem a noção de que basta pesquisar na Internet, em caso de não estar informado acerca de determinado assunto, seja ele qual for.

Assim, destes 147 questionados, que afirmam saber como aceder a informações relativas às FFAA, a grande maioria poderá, muito bem, nem sequer saber como fazê-lo e,

no fundo, acabar por registar a internet enquanto solução para tal, por também ela ser solução para tudo o resto. - Até porque, como mencionado acima, as pessoas com idades compreendidas entre os 18 e os 27 anos pertencem à “Geração Net”, geração essa que domina o meio online, com uma enorme facilidade de acesso a todos os tipos de informação (Tapscott, 1999).

Todas as respostas dadas à questão em causa, funcionam no sentido de se perceber parte do objetivo específico terceiro (“Perceber se as técnicas e os canais de comunicação utilizados pelas FFAA são os mais adequados para a captação de cidadãos para o regime de contrato das Forças Armadas Portuguesas”).

Questão 19

Com vista à perceção da principal pergunta do trabalho, - a questão 19 -, foi elaborada uma pergunta introdutória - a questão 18 - sendo ela: **“Tinha conhecimento que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento de jovens para o mundo militar, especialmente para o Regime de Contrato?”**.

Com a introdução no trabalho da questão 19 (**Na sua opinião, quais as possíveis causas para essa dificuldade de recrutamento?**), o pretendido fora criar um caminho direto rumo ao objetivo geral do trabalho: perceber as motivações que levam os jovens a não escolherem uma carreira militar, seja em regime de contrato ou noutro.

A pergunta poderá, diga-se, ser agrupada em 2 grandes conjuntos - os fatores internos e externos à organização. Estes, posteriormente, serão novamente subdivididos consoante as subcategorias consideradas relevantes destacar, pelo investigador.

Os fatores internos dizem respeito aos resultados e à situação na qual a organização, direta ou indiretamente, se encontra, de acordo com os seus valores, das formas como opera no mercado, entre outros (Bispo, 2006).

Os externos, por sua vez, estão relacionados com as motivações pessoais, com os interesses e as expectativas dos indivíduos, com as ações e reações do mercado de trabalho, com o ambiente familiar e social onde cresceram, e com todo um número infinito de outras possibilidades, alheias a uma qualquer organização, mas que, indiretamente, poderão

influenciar uma decisão, aquando o momento da compra (ou escolha) do “consumidor” (neste caso, os jovens) (Bispo, 2006).

O trabalho procurou ao máximo fazer a distinção entre estes 2 conjuntos, de modo a serem percebidas as verdadeiras motivações dos jovens: Se estes não concorrem à carreira militar pela carreira em si (falta de condições, falta de comunicação por parte das FFAA, entre outras), ou se, simplesmente, pelo mundo de oportunidades oferecidas pelos tempos atuais.

A análise da pergunta 19 começou por incluir 249 respostas, dispersas (e repetidas) pelas diferentes subcategorias. Contudo, 8 foram anuladas, 1 pela utilização de termos e expressões pouco adequadas e desrespeitosas e, outros 7, por simplesmente responderem que não sabiam. Visto que nenhuma dessas respostas acrescentaria mais valor ao trabalho, foi decidido anulá-las.

Apresenta-se, então, em seguimento, o quadro com as 241 respostas, agrupadas, conforme mencionado anteriormente, em “fatores externos” e “internos” e, posteriormente, em novas categorias e subcategorias:

Quadro 4 - Motivos para a dificuldade de recrutamento.

Categorização	Fatores externos à organização	Motivações pessoais, académicas e profissionais	Subcategorização	Incerteza e/ou falta de motivação para o seguimento de uma carreira militar	Frequência	15
				Persecução dos estudos académicos ou de outras ofertas de trabalho mais apelativas		39
				Distanciamento de familiares e amigos		20
		Mudança dos tempos e das mentalidades		8		
		Conflitos armados		8		
		Desinteresse dos jovens por uma carreira militar		42		
		Riscos e compromissos inerentes à profissão		11		
		Outros				

Categorização	Fatores internos à organização	A carreira a contrato	Subcategorização	Promessas de carreira ilusórias	Frequência	7	
				Falta de incentivos, de liberdades, de atratividade e de progressão e condições de carreira		59	
				Critérios de seleção demasiado exigentes		13	
				Inexistência de um regime militar obrigatório		8	
				Demasiada exigência física, psicológica e nas regras da profissão		27	
				Associação da carreira militar a algo “menos digno”		3	
				Curta duração do contrato		6	
		Canais de comunicação		Disparidade de existência entre homens e mulheres		2	
				Falta de informação dos jovens acerca das FFAA e da carreira militar (dificuldade de divulgação de informação apelativa para a captação de jovens, por desadequadas estratégias de marketing, p.e)		65	
				Falta de consciencialização para a importância de servir o país		14	
				Pouca presença das FFAA na vida dos jovens (através de redes sociais, p.e)		5	
				Notícias recentes relativamente às FFAA		4	
				Dia da Defesa Nacional		Dinamização do DDN por forma a cativar os jovens para o mundo militar	2
						Alteração do atual modelo de DDN	3
		Falta de demonstração do dia-a-dia de um militar				1	
		Antecipação do DDN na vida dos jovens				3	

Fonte: Elaboração própria, com base no estudo empírico realizado

Comece-se por dizer que o total de respostas incluídas nos “fatores internos” foi de 222, e apenas 143 jovens apresentaram respostas que mencionavam outros fatores alheios à organização.

Destaca-se, então, na opinião do investigador, enquanto limitação do trabalho, (e, talvez, pela forma de exposição da pergunta 19), a dificuldade de obtenção de um número representativo de respostas relativas a fatores externos que levem os jovens a não se candidatarem à carreira militar, tendo sido, a maioria das respostas, direcionadas ao “ataque” às FFAA.

Ou seja, perguntar a um jovem a razão pela qual não aderiu às FFAA, não é o mesmo que lhe perguntar porque é que escolheu o caminho que escolheu, seja ele qual for, ao invés do militar. Existiu, presume-se então, uma influência do investigador no rumo das respostas dadas, pela forma de exposição da pergunta, que poderá ter levado a que alguns jovens focassem de tal forma, a sua atenção, nas mais variadas desvantagens da carreira militar, que acabaram por esquecer as verdadeiras razões pelas quais não se candidataram às FFAA.

Não quer isto dizer que a informação recolhida (quanto aos fatores internos), não será útil para o trabalho (porque será, até para se perceberem alguns dos aspetos menos positivos dentro da instituição, e a ver dos jovens), mas apenas que estas poderão não ter sido as principais razões para que, de facto, estes seguissem o caminho em que se encontram.

Isto é, na opinião do investigador, seria esperado existir, na análise dos resultados da amostra, um peso mais significativo dos “fatores externos”, não evidenciado através dos dados recolhidos. Tal porque, naturalmente, se o indivíduo A não seguiu uma carreira militar, a “culpa” de não o ter feito não pode ser distribuída em mais de 50% para fatores relativos a problemas internos e de organização, nas Forças Armadas.

Quer-se com isto dizer que a pergunta 19 deveria ter sido realizada, não na ótica da organização das FFAA, mas do inquirido, procurando, assim, as razões que o levaram a seguir o seu atual caminho (sejam estudos ou outras profissões).

Em suma, poderia ter sido, eventualmente, mais enriquecedor para o trabalho (e, por conseguinte, para a desmistificação das verdadeiras motivações que levam os jovens a

não se candidatarem às FFAA), a não utilização de uma pergunta tao focada na organização em causa, já que esta poderá condicionar, logo à partida, o rumo das respostas dadas.

Ao invés, poderia ter sido usada uma questão do género **“Quais as principais razões que o levaram a optar pela sua atual profissão ou área de estudo?”** e, talvez, o conteúdo das respostas dadas tivesse sido mais “neutro” relativamente às Forças Armadas, encontrando-se, assim, um maior número de “fatores externos à organização” (e, quem sabe, razões mais fortes do que as encontradas, para dar resposta à fraca aderência às fileiras das Forças Armadas, em regime de contrato).

Por conseguinte, e ao responderem à pergunta, de uma forma tendencialmente focada nas Forças Armadas (e nas vantagens e desvantagens da carreira), os jovens poderão ter acabado por se desviar um pouco do objetivo geral do trabalho, o de perceber as verdadeiras motivações que os levam a não concorrerem à carreira militar a regime de contrato.

Passando à análise de conteúdo da pergunta 19, é possível concluir, logo à partida, que, dentro dos “fatores externos à organização”, é o “desinteresse dos jovens por uma carreira militar”, a variável com maior peso, com 42 respostas.

Assim, as FFAA serem “(...) um setor que tem vindo a perder cada vez mais interesse (...)”, combinado com o facto de os “(...) jovens dos dias de hoje terem, também eles, outro tipo de interesses (...)”, resulta na sua menor aderência às FFAA.

Esta falta de interesse, adiantam, poderá ser originada porque: “(...) não existe a devida publicidade (...)” e a “(...) consciencialização para o tema (...)” (originando, por conseguinte, “(...) o desconhecimento da carreira e das suas vantagens (...)); porque existem “(...) outras oportunidades de emprego (...)”; pelo “(...) maior desenvolvimento da economia (...)”, pelas “(...) características desta geração (...)”; entre outras razões.

Aliado a este desinteresse, está a incerteza e a falta de motivação dos jovens, para o seguimento de uma carreira nas FFAA (com 15 respostas), uma vez na “(...) presença de um regime militar”.

Para alguns, “(...) a grande parte dos jovens não se vê disposto a abdicar do seu conforto do dia-a-dia”, existindo, assim, uma grande falta de orientação e certeza sobre que

futuro escolher “(...) a grande parte dos jovens não possui objetivos profissionais”). Também a procura pela “(...) estabilidade social e material”, acaba por originar uma intrínseca desmotivação à persecução da carreira militar.

Ainda quanto a fatores externos, destaque para a importância dos estudos e de outros empregos, na decisão de escolha, sendo que 36 deles, preferem “(...) seguir a tendência de carreiras mais conhecidas e comuns na atualidade, para as quais a escola e a universidade tendem a preparar”.

A “maior variedade de empregos e a possibilidade de prosseguimento de estudos após o ensino secundário”, “a tendência dos jovens em seguirem o atual modelo de ensino” e “(...) o pouco contacto dos jovens com as Forças Armadas (...)” levam, então, a que estes acabem por seguir “um caminho mais fácil e seguro”.

Também a deslocação (e, por conseguinte, o afastamento das suas famílias e amigos), se assume como um fator de peso na tomada de decisão de não seguimento de uma carreira militar – com 20 respostas.

Muitos, acabam por encontrar “(...) na distância da residência (...)” e “(...) da família e amigos”, uma verdadeira dor de cabeça, que não compensa ser vivida, tendo em conta o trade-off entre o seguimento de uma carreira militar (com esta e outras “pequenas” desvantagens associadas), ou, simplesmente, um curso académico ou profissão, com a possibilidade de não se afastarem das suas zonas de residência, familiares e amigos.

Em seguida, observa-se a subcategoria “conflitos armados”, isto é, o longo período de estabilidade internacional, percecionada pelos jovens, levando-os a considerar desnecessária a manutenção de uma força militar nacional.

“O clima de paz em Portugal (...)”, a “maior consciencialização para os perigos e consequências dos conflitos militares” e “(...) a estabilidade política e a ausência de conflitos internacionais”, são alguns dos exemplos agrupados na subcategoria, que obteve um total de 8 respostas.

A “mudança dos tempos e das mentalidades” (8 respostas) e os “riscos e compromissos inerentes à profissão” (11 respostas), são outros exemplos de fatores externos que poderão levar os jovens a descartarem a hipótese de uma carreira militar.

Já quanto ao conjunto de “fatores internos”, este foi agrupado noutros 3 grandes subconjuntos: “Os canais de comunicação das Forças Armadas” (88 respostas); “A carreira a contrato” (125 respostas); e “o Dia da Defesa Nacional” (9 respostas).

De encontro com o objetivo específico terceiro da dissertação - o de se perceber se as técnicas e os canais de comunicação utilizados pelas FFAA são os mais adequados para a captação de cidadãos para o regime de contrato das Forças Armadas portuguesas - está o subconjunto relativo aos “canais de comunicação das FFAA”.

Aqui nota-se, segundo a perspetiva dos jovens, uma clara falha de comunicação das Forças Armadas, existindo “(...) uma grande falta de informação e de momentos que incentivem e cativem a adesão dos jovens”, e “(...) como cada vez existe menos informação sobre a área, os jovens optam por outros percursos”.

Assim, de acordo com os resultados obtidos, houve 65 jovens a constatarem a “(...) pouca informação divulgada acerca do tema”, levando, naturalmente, a que “muitos jovens optem por ir para a faculdade já pensando no seu futuro como profissionais, por desconhecerem aquilo que o recrutamento das FFAA pode oferecer e as portas que pode abrir”.

Existe, então, uma “fraca divulgação da informação e de métodos que cativem os possíveis interessados (...)” a aderirem à carreira. Esta “pouca proximidade com o público alvo e a fraca postura comunicacional” das FFAA, leva os jovens “(...) a seguirem outros percursos, não só pelo seu desinteresse à carreira, como pelas melhores oportunidades encontradas”.

Depois, de acordo com 14 jovens, “(...) pela falta de uma devida consciencialização para o tema (...)”, os jovens acabam por desconhecer, no fundo, a razão de existência das FFAA e o porquê do seguimento de uma carreira militar - “(...) está a ser perdida a importância dos valores e do patriotismo para as pessoas, por falta de consciencialização para o tema (...)”.

Ainda na análise da categoria dos canais de comunicação das FFAA, tem-se que, a título de curiosidade, 4 deles fizeram questão de mencionar, como razões fortes para a

escolha de outros caminhos profissionais ou académicos, “(...) as notícias que passam na televisão dos casos de morte e pessoas a passar mal dentro desse regime (...)”.

Destaque, ainda, para a pouca presença das Forças Armadas, na vida dos jovens, com 5 respostas. Para eles, existe “pouca proximidade entre as FFAA e o seu público-alvo”, não havendo um esforço, adiantam, no sentido de “(...) estarem mais presentes na vida dos jovens (...)”.

No que respeita, agora, a fatores internos relativos à “carreira militar a contrato” - com um total de 125 respostas, como já mencionado anteriormente - destaca-se, a subcategoria de maior peso, a “falta de incentivos, de liberdades, de atratividade e de progressão e condições de carreira”.

Para 59 jovens, a carreira militar não possui muita atratividade, face a outras, já que as condições oferecidas não são as melhores. “O facto de os benefícios não serem tão apelativos aos jovens de hoje em dia, comparativamente com as faculdades e outros percursos profissionais (...)” leva, de imediato, a que opção da carreira militar seja posta de parte.

É importante destacar, também, a subcategoria referente às “promessas de carreira ilusórias”, ainda que apenas com 7 respostas, pois “(...) o que é descrito e prometido enquanto carreira militar, acaba por não ser verificado na prática (...)” levando à descredibilização e, por conseguinte, ao afastamento dos jovens às FFAA.

“A “falência” das Forças Armadas como instituição (...)”, afirma um dos inquiridos, “deve-se à pouca abertura dos “poderes” que não passam a imagem da situação atual sentida internamente (...)”. “É necessário, então, desmistificar, com frontalidade, a realidade da situação vivida nas Forças Armadas”, adianta.

Também os critérios de seleção e admissão de pessoal às FFAA (13 respostas) e a demasiada exigência física, psicológica e das regras impostas à carreira militar (27 respostas), se assumem como subcategorias com um peso significativo de resposta.

A “(...) enorme exigência das provas físicas e psicotécnicas (...)” e o “(...) rigor (...)”, “(...) a dificuldade e a exigência da profissão em si (...)”, levaram a que estes 40 jovens tenham optado por seguir outros percursos, que não o militar.

Curiosamente, e ainda no que diz respeito à carreira a contrato, 8 respostas foram no sentido de atribuição de “culpas”, pela dificuldade de recrutamento das FFAA, à “(...) ausência de um regime de recrutamento obrigatório (...)”. – “A falta de obrigatoriedade de cumprir-se um tempo mínimo nas FFAA (...)” levou a que, muitos, “(...) optassem por cursos superiores fora da instituição (...)” ou por “(...) empregos com condições mais apelativas (...)”.

A “associação da carreira militar a algo menos digno” (3 respostas), a “disparidade de existência entre homens e mulheres” (2 respostas) e a “curta duração da carreira a regime de contrato” (6 respostas), foram exemplos de outras motivações relativas à falta de qualidade da carreira a contrato, que levaram os jovens a não se candidatarem às FFAA.

Por fim, e ainda nos fatores internos à organização, vem o papel do Dia da Defesa Nacional, enquanto instrumento de recrutamento, ao dispor das FFAA. A categoria ajudamos a perceber, de uma forma superficial, um pouco do objetivo segundo do trabalho: o de compreender o contributo e a importância do Dia da Defesa Nacional no atual processo de recrutamento das FFAA (bem como na difusão da sua imagem), através da informação e da cativação dos jovens para um futuro militar.

Embora com um número reduzido de respostas relativas ao impacto do DDN em todo o processo de recrutamento das FFAA, o trabalho considera a categoria, pela análise das respostas às restantes questões, relevante o suficiente para se apresentar evidenciada. – O DDN, enquanto possível primeiro contacto dos jovens com o mundo militar, ainda que subconscientemente, poderá influenciar, e muito, a perspetiva que estes possuem acerca das FFAA.

Relativamente à categoria em questão, obtiveram-se 9 respostas, subdivididas nas subcategorias da “alteração do atual modelo de DDN” (3 respostas), a “antecipação do DDN na vida dos jovens” (outras 3), na “dinamização da atual estrutura do DDN” por forma a cativar os jovens para as FFAA (2 respostas) e, por último, a “falta de demonstração do dia-a-dia de um militar” (com 1 resposta).

Diga-se, a título de curiosidade, que, muito embora pouco falada para a questão em causa, esta demonstração do quotidiano militar já fora integrada em subcategorias de

perguntas anteriores, nas quais se veio a revelar bastante importante para o melhoramento da atratividade e dinamização do Dia da Defesa Nacional.

Respostas como “o DDN poderia ser mais apelativo (...)” e “(...) dinâmico (...)” ou “(...) a atual estrutura do DDN deveria ser alterada, por forma a cativarem-se mais jovens”, provam a importância e o contributo do evento, não só para a consciencialização do que são e qual o papel das FFAA, mas também para o desenvolvimento e recrutamento da instituição.

Em suma, da análise realizada à questão 19, e sempre segundo a perspetiva dos jovens entrevistados, convém reter:

- A importância da necessidade de melhoramento e adaptação dos meios de comunicação das FFAA.
- A falta de condições e a exigência da carreira a contrato.
- A mudança dos tempos, que levou ao desinteresse dos jovens pelas FFAA, em prol de novas e melhores ofertas de emprego e campos de estudo.
- A associação negativa relacionada à carreira militar.
- A falta de esforço de aproximação aos jovens, por parte das Forças Armadas.

5. CONCLUSÕES

Diga-se, primeiramente, que todo o estudo foi elaborado em torno de um problema que tem vindo a afetar a organização militar – a dificuldade de recrutamento de jovens para o RC das FFAA -, tendo o trabalho, enquanto motor de partida, a questão relativa à perceção das motivações que levam grande parte dos jovens a seguirem outros percursos, que não o militar (particularmente, a contrato).

Com o objetivo de se oferecer, então, resposta ao referido anteriormente, foi elaborada uma estratégia de aproximação aos jovens (através da técnica de questionário), por forma a perceberem-se os principais motivos para o seu afastamento do mundo militar. Isto, tendo em vista a procura de um delineamento estratégico que permita, à organização militar, mitigar alguns dos seus atuais problemas de recrutamento, especialmente para o RV/RC.

Assim, pela observação das linhas de pensamento dos inquiridos, concluiu-se que as principais razões que os levaram a não se candidatem às fileiras armadas, dizem respeito: às suas ambições; à persecução de um caminho académico ou outros, profissionais, mais atrativos; à falta de informação e sensibilização para o tema; às “(...) fracas condições da carreira militar (...)”; à “(...) demasiada exigência e rigor (...)” presentes na organização; entre outras.

De uma forma geral, e como, aliás, mencionado por muitos jovens, é seguro afirmar que existe um cada vez maior desinteresse pelo percurso militar, não só pelos aspetos negativos a si associados como, também, pela vasta oferta de outras oportunidades mais apelativas, com melhores perspetivas de futuro.

Salienta-se, ainda, e na perspetiva de alguns jovens, uma falha na tentativa de aproximação das Forças Armadas ao seu público-alvo, e que, de acordo com a sua opinião, resulta nesse dito desinteresse dos jovens pela carreira, não só pelo mundo de oportunidades cada vez mais atrativas e compensatórias em seu redor, como “(...) por cada vez existir menos informação (...)” sobre o tema em causa.

Tal, complementam, numa grande parte, culpa da organização, pela sua “(...) fraca divulgação e sensibilização do tema nos meios de comunicação (...)”, bem como pela “(...)

inexistência de estratégias e métodos que cativem os possíveis interessados (...)” a entrarem nas Forças Armadas.

Tão ou mais importante do que a própria capacidade comunicativa, que trabalhe a imagem e promova o serviço das FFAA, é a concretização das condições e ofertas prometidas, por forma à fidelização dos clientes (jovens militares), tanto no regime de contrato, como nos demais.

Isto, uma vez que se verifica uma aparente insatisfação dos militares, face ao regime de contrato das Forças Armadas, pela contraposição entre as promessas de carreira oferecidas, e a realidade das condições do trabalho em causa.

Também, talvez (e na perspetiva do investigador), pela mudança dos tempos, das mentalidades e das vontades, a carreira militar caminha de encontro ao esquecimento. E, pior, a organização não tem conseguido encontrar formas de combatê-lo, muito pelo contrário - e segundo os jovens -, não existe um esforço no sentido de os conquistar.

Outros temas, já mencionados, como as más condições da carreira militar e o crescimento da importância da autorrealização académica, surgem, numa grande maioria dos jovens, enquanto fatores decisivos para a não persecução desse mesmo caminho.

Em destaque, encontra-se, ainda, a pouca atratividade da atual estrutura do Dia da Defesa Nacional, que, quase de uma forma consensual entre os jovens, leva ao aumento do seu desinteresse face à carreira, resultando, até, por vezes, numa má interpretação da razão de ser das próprias Forças Armadas.

O DDN foi considerado, para muitos, como “(...) demasiado extenso (...)” e “(...) aborrecido (...)”, surgindo uma intrínseca necessidade de dinamização da sua atual estrutura, por forma a cativar um maior número de jovens.

Para a maioria, para além da aconselhada redução da duração do evento, o dia deveria ser elaborado mais em torno da componente prática, em detrimento da teórica, uma vez que, a presença de palestras “(...) demasiado longas (...)”, “(...) desinteressantes (...)” e “(...) pouco interativas (...)”, em desfavor do número de atividades práticas realizadas, resulta num maior afastamento entre os jovens e o mundo militar.

Devido aos fatores mencionados (bem como a outros), assiste-se a uma tendência para que os jovens percecionem o percurso militar, enquanto carreira pouco apelativa e desinteressante, destinada apenas aos que, para todos os efeitos, não conseguiram encontrar um melhor rumo de vida.

Alguns chegam a afirmar, até, que, na sua perspetiva, os militares são indivíduos que, por força da circunstância, não conseguiram ir de encontro com os seus objetivos de vida (por exemplo, pela não correspondência aos critérios de seleção exigidos para o mundo académico, ou por necessidades de uma remuneração salarial urgente) e que, por isso, optaram pelas fileiras das Forças Armadas.

Em qualquer dos casos, e na perspetiva do investigador, é notável, a dificuldade de adaptação das FFAA, a uma sociedade cada vez mais distinta, inconstante e descomprometida.

Em forma de opinião pessoal, outro dos principais problemas que afetam a capacidade de recrutamento para o regime em causa, será a existência de uma “elitização” dentro dos diferentes percursos militares. O que, de certa forma, retrai o avanço e a melhoria das condições da carreira a contrato (particularmente para a classe de praças), pois um excesso de incentivos ao RC, poderia resultar numa revolução de todo o sistema hierárquico da organização, uma vez, a atratividade de um percurso a contrato, aproximada à das restantes carreiras militares.

Tornou-se, assim, evidente, a incapacidade de comparação entre esta e outras carreiras (tanto militares, como académicas ou profissionais), não só pelas funções do trabalho, em si, e pelas respetivas condições oferecidas, como pela imagem associada à carreira em RC - justificando-se, por conseguinte, a dificuldade de recrutamento de jovens para o regime em causa.

Assim, na opinião do investigador, a carreira a contrato poderá ter, portanto, “os seus dias contados”, caso não se evidencie um esforço no sentido de aumento da sua atratividade, bem como de remodelação de imagem do percurso a contrato, com vista ao recrutamento de um maior número de jovens. – Caso contrário, todo o sistema militar é prejudicado, fazendo-se sentir – este impacto negativo pela não dinamização do RC -, na totalidade da organização, inclusive nas restantes carreiras militares.

Posteriormente, e pela observação de algumas linhas de pensamento comuns entre os jovens, tem-se que a profissão militar tornou-se “(...) inútil (...)” e, sobretudo, “(...) incapaz de fornecer perspectivas futuras (...)”.

“Inútil” porque, para além da monotonia e da instabilidade subjacentes ao trabalho, não se justifica, a seu ver, a presença de uma força armada nacional, em tempos de ausência de conflitos internacionais, até porque, de resto, é reduzida (ou pouca visível), a participação das FFAA, na sociedade.

“Sem perspectivas de futuro”, pois para um indivíduo com objetivos pessoais de concretização académica, por exemplo, uma carreira militar a contrato não poderia ser considerada, uma vez que, após concluído, o seu período de prestação de serviço militar, este ingressaria no mercado de trabalho sem quaisquer habilitações académicas, ainda que, possivelmente, com uns quantos anos a mais, face à maioria dos seus concorrentes a um determinado cargo.

Em suma, a carreira não consegue assegurar, um caminho futuro aos jovens, após concluído o seu tempo de contrato, sendo, para todos os efeitos, não compensatória para muitos, porque para além de pouco atrativa, será de curto prazo. O desinteresse pela carreira tem vindo a tornar-se, cada vez mais notável entre a população jovem.

6. PROPOSTAS DE VALOR

No subcapítulo, reside a essência do trabalho – perceber de que forma, do estudo, poderão surgir diferentes estratégias, que permitam às Forças Armadas, mitigar o problema de recrutamento que afeta a organização.

Apresentar-se-ão, por conseguinte, algumas propostas de valor, com vista à inversão da atual situação vivida no mundo militar, sempre de acordo com todas as conclusões que se foram retirando, pela elaboração do trabalho.

Diga-se, desde já, que será proposta, a continuidade do esforço no sentido de serem apresentados mais benefícios à profissão, enquanto ponto de partida. Pois, no que toca aos atuais incentivos ao RC (formativo-habilitacionais, sociais, materiais e profissionais), muito para lá da oferta de um regime especial de avaliação, da concessão de subsídios para estudos superiores, do direito ao subsídio de desemprego ou, até mesmo, da aplicação do estatuto de trabalhador estudante (entre outros), é necessária a entrega, aos jovens, de uma perspetiva de futuro mais sólida. Isto é, oferecer-lhes uma garantia de que o seu caminho se encontra, minimamente, assegurado, após findado o período a contrato.

Ainda no contexto, tendo os resultados do questionário enquanto base, é necessário ter em conta a necessidade de distinção na aplicação de diferentes políticas de marketing, pela organização, com base no género dos indivíduos, uma vez que as suas preferências são, deveras, distintas.

Seguem-se então:

6.1 Incentivos ao recrutamento de ex-militares

Após a compreensão de todo o trabalho, foi concluída uma falta de atratividade da profissão, sobretudo pela incapacidade de fazer frente a eventuais percursos académicos, que, contrariamente à carreira militar a contrato, abrem portas a um futuro, nas mais diversas esferas profissionais.

Assim se apresenta, enquanto primeira proposta, o incentivo, do Estado, ao recrutamento destes jovens militares, após terminado o seu serviço nas fileiras das Forças Armadas, estendendo-se o RC, muito além desse mesmo período a contrato.

A título de exemplo, através de uma diminuição (ou, até, isenção) da contribuição para a Segurança Social (SS) por parte das empresas que recrutem esses “ex-militares”. Desta forma, com o recrutamento de antigos militares do RC, estas estariam isentas de descontarem para a SS, pelo trabalhador em causa (por um período a estudar, que poderia, por exemplo, variar de acordo com os anos de serviço prestados pelo militar). Tal funcionaria, por conseguinte, enquanto vantagem para os ex militares, face a eventuais concorrentes a uma determinada profissão, aumentando as suas hipóteses de emprego, num mercado de trabalho cada vez mais exigente e mutável.

Para compensar este custo com a reintegração destes militares na sociedade, poder-se-ia aumentar o tempo de permanência em regime de RV/RC, muito para além do atual, sendo que o “Estado” ao garantir mais tempo de permanência nas suas fileiras, reduziria os custos de formação, bem como as necessidades permanentes de recrutamento.

6.2 Formação profissional integrada na carreira a contrato

A título do exposto no subcapítulo anterior, presume-se que é insuficiente, para uma qualquer organização, apenas os incentivos ao recrutamento oferecidos. Ou seja, não é rentável para as empresas, recrutarem jovens que terminaram o RC, apenas porque o Estado lhes oferece um conjunto de benefícios.

Assim, surge intrínseca, a necessidade da constante formação e desenvolvimento destes jovens militares, como forma de preparação para o mundo exterior e para o mercado de trabalho.

Ao invés de a carreira a contrato ser, apenas, e precisamente, uma carreira a contrato, direcionada exclusivamente a objetivos militares, propõe-se, então, um pleno desenvolvimento pessoal destes contratados, através de formações, cursos profissionais e afins.

Desta forma, aquando a sua inevitável saída das Forças Armadas, e respetiva inserção noutras contextos profissionais, estes jovens militares encontrar-se-ão mais capazes e aptos para o mercado de trabalho, funcionando, esta formação contínua durante o RC, não só para efeitos de decisão de recrutamento, como para uma maior facilidade e brio na realização das tarefas a desempenhar nesses futuros empregos.

6.3 O trade off entre a carreira militar a contrato e o mundo académico

Ainda no que diz respeito ao mencionado, anteriormente, surge uma nova proposta, relativa ao incremento das relações entre as Forças Armadas e o mundo académico, de modo a que não seja necessária, a existência de um trade-off entre a persecução de uma carreira militar a contrato, e o ingresso nos quadros do ensino superior.

Isto é, propõe-se um maior número de parcerias entre o RC e as universidades, por forma a ser oferecido, um maior número de perspetivas académicas, aos jovens, ainda que inseridos no âmbito militar.

Deste modo, seria possível, a um jovem, prestar serviço militar e, ao mesmo tempo, seguir o seu percurso académico desejado, ainda que, nunca esquecendo a condição de priorizar a sua carreira profissional.

A proposta passaria, então, pela possibilidade de conciliação entre ambos, os mundos, de tal forma que, embora sempre focando o militar, se caso desejado pelos jovens, estes possam aceder ao ensino superior e, por serem militares a contrato, usufruir de um estatuto especial, que lhes permita um menor número de encargos financeiros (como no preço das propinas, por exemplo).

Tal visaria, tanto facilitar, monetariamente, a sua entrada no mundo académico, como, ainda, oferecer-lhes um emprego estável e de remuneração constante – o RC das FFAA. Assim, estes poderiam, não só beneficiar da oferta (ou da redução significativa do preço) dos seus estudos académicos, como, por outro lado, prestar o seu contributo à Nação e à sociedade, ainda que, não esquecendo, todas as vantagens, condições e estatutos associados à carreira militar.

6.4 Incremento da capacidade de comunicação das Forças Armadas

Nenhuma das medidas acima descritas, poderá, no entanto, ser aplicável, caso não haja um esforço comunicativo suficiente no sentido de se aproximar as Forças Armadas, da sociedade e, por conseguinte, dos jovens, por forma a dar-lhes a conhecer as (novas) condições associadas ao regime de contrato das FFAA.

Assim, propõe-se, também, a óbvia melhoria das suas estratégias de comunicação, não só pela escolha mais pertinente dos meios de comunicação através dos quais as informações são transmitidas (e respetivo horário), como pela própria dinamização e atratividade dessas mesmas informações.

6.5 Aproximação das Forças Armadas à sociedade

É importante salientar, ainda, que, na perspetiva de muitos jovens, um caminho nas Forças Armadas é entendido enquanto “inútil” e sem quaisquer objetivos, já que, por exemplo, se vive um período de ausência de conflitos internacionais que obriguem à existência de uma força armada nacional.

A essência da carreira militar foi, portanto, também ela alterada, com a mudança dos tempos e das realidades vividas. Assim, é necessária a dinamização da profissão, e a procura por esferas de atividade que permitam aos jovens que ingressam o percurso militar, sentirem-se úteis e desejados pela sociedade.

Desta forma, outra das propostas do trabalho, seria incrementar a intervenção das Forças Armadas na (e para a) sociedade. Ou seja, proporcionar, aos militares, um maior número de atividades no exterior do seu local de trabalho (quarteis, regimentos militares, entre outros), que poderão passar, por exemplo, pela sua envolvência nos processos de defesa e patrulhamento do país; pela consciencialização dos jovens para o papel das FFAA, junto de universidades e escolas; pela maior intervenção militar em causas solidárias, eventos e feiras; no poio às autarquias em ações sociais, como sejam limpezas de rios, praias, florestas, entre outras.

6.6 Remodelação da atual estrutura do DDN

Tendo em conta os atuais objetivos de recrutamento da instituição, bem como a importância do DDN para a consciencialização dos jovens acerca das FFAA - e segundo as suas opiniões -, a atual estrutura e organização do evento, não são as mais indicadas se, em vista, o fascínio dos jovens para um caminho militar.

Deste modo, o proposto seria alterarem-se alguns aspetos do Dia da Defesa Nacional, fundamentais para a sua atratividade e, por conseguinte, para a perceção dos jovens acerca da carreira militar.

Como já discutido por várias vezes, em capítulos anteriores, a longa duração das palestras e do dia em si; o número reduzido de atividades práticas; a falta de qualidade das refeições oferecidas; a incapacidade, do evento, para exemplificar o quotidiano militar; e a falta de dinamização e de atratividade das palestras; são alguns dos exemplos que levam ao desinteresse dos jovens, não só pelo dia, como, no limite, pelas próprias Forças Armadas, sendo necessária, por conseguinte, a sua respetiva “correção”.

Assim, sugere-se a elaboração de um modelo de DDN, capaz de interessar e motivar os jovens para o contexto militar, pela sua reduzida duração, em prol de uma melhor capacidade de síntese das informações a transmitir e da maior existência de atividades que promovam a interação entre os jovens e a organização.

Poderia ser concebido, ainda, à parte do contexto obrigatório, e com a devida justificação das suas faltas às aulas, outro período de tempo (de 2 a 3 dias, por exemplo), em que os jovens interessados, se pudessem inscrever, por forma a viverem a verdadeira experiência do dia-a-dia de um militar.

Ou seja, uma vez inseridos no contexto, estes jovens conheceriam melhor a realidade – disciplina militar, horários rigorosos e tarefas diárias – embora, sempre num ambiente mais descontraído e, naturalmente, na presença de alguns torneios e atividades radicais que seriam a principal estratégia para os cativar e, consequentemente, se inscreverem no evento.

6.7 Compreensão da situação interna do RC

Por último, mas não menos importante - muito pelo contrário -, reside a necessidade de compreensão do nível de satisfação interno à organização.

Isto é, torna-se necessário às Forças Armadas, caso pretendam, de facto, inverter a tendência ao esquecimento para o qual a carreira a contrato caminha, perceberem quais as opiniões dos militares em RC. Tal, para que se perspetivem, de um ponto de vista fidedigno, não só os aspetos que se encontram menos bem (por forma a serem melhorados), como aqueles que se assumem enquanto vantagens do RC (de modo a aproveitá-los e, quem sabe, torna-los ainda melhores).

Todavia, e em título de conclusão, nenhuma das estratégias terá o impacto pretendido, caso as Forças Armadas não correspondam (com verdade) às promessas oferecidas.

7. LIMITAÇÕES

Destaca-se, como uma das principais limitações do trabalho, como já mencionado no capítulo da análise qualitativa, os condicionamentos involuntários, por parte do investigador, às respostas dos inquiridos, sobretudo à pergunta 19, relativa às motivações que levam os jovens a não seguirem uma carreira militar.

Isto, porque se notou, com a análise de conteúdo à questão, que houve demasiadas respostas direcionadas sobre a forma de crítica às Forças Armadas (categorizadas enquanto “fatores internos”), quando o que se pretendia, no fundo, era descobrir-se as verdadeiras razões que levaram estes jovens a não se candidatarem à carreira militar.

Muitos dos jovens que apresentaram como motivo de não seguirem um percurso militar, razões inerentes, por exemplo, à falta de condições da carreira a contrato, ou à falta de informação acerca das FFAA, poderão, de facto, acreditar nisso. Contudo, terão sido estes, os principais motivos para a escolha de outros caminhos, enquanto futuro? - Na perspetiva do investigador, é possível que não, uma vez que existe um número demasiado elevado de jovens a incluírem, nas suas respostas, os ditos “fatores internos à organização”.

Segundo a interpretação dos resultados obtidos à questão 19, mais de 50% dos indivíduos que não se candidataram às fileiras do Exército, da Marinha ou da Força Aérea, não o fizeram, exclusivamente, porque existe todo um conjunto de fatores negativos associados às Forças Armadas, e não porque impera todo um mundo de oportunidades, para além da carreira militar, não controláveis pela organização em causa.

Assim, a questão deveria ter sido realizada de forma diferente, de modo a não despertar nos indivíduos, consciente ou subconscientemente, a vontade de criticar os aspetos negativos inerentes ao mundo militar, por forma a serem percebidas, as verdadeiras motivações que levam os jovens a não optarem por um percurso nas FFAA.

Assume-se, ainda, enquanto limitação do trabalho, a presença de algumas questões fechadas que deveriam ter sido abertas, por forma a não condicionar, também, as respostas dos questionados, ao grupo de opções, previamente definido - e percebendo-se, desta forma, a verdadeira noção dos indivíduos, à pergunta realizada.

Isto é, quando se pergunta a um indivíduo “qual o principal motivo de existência das Forças Armadas” (questão 7), e se apresenta todo um conjunto de possibilidades de resposta, este, caso não saiba a correta, tenderá a selecionar, à partida, aquela que lhe pareça a mais adequada, condicionando, por conseguinte, o resultado do estudo.

Outra das limitações da dissertação, (e funcionando enquanto recomendação para futuros trabalhos, dada a extensão do assunto em causa), é o foco das qualidades e defeitos das FFAA, apenas à perspetiva dos jovens, uma vez que, para todos os efeitos, não passam de um ponto de vista – sendo outros, necessários também, como, por exemplo, o dos militares, pois estes, melhor que ninguém, conhecerão a realidade da carreira.

Quer-se com isto dizer que, muito embora os jovens possam acreditar que: existe demasiada exigência e rigor dentro da organização; as palestras, no DDN, são demasiado demoradas e aborrecidas e as atividades práticas, escassas; a comunicação, levada a cabo pelas FFAA, não é a mais indicada ao seu público-alvo; entre outras; - tal representa, meramente, opiniões e/ou suposições que, para todos os efeitos, só a organização poderá corroborar ou desmentir.

8. RECOMENDAÇÕES

Atendendo a que todo o trabalho foi realizado em torno da perspetiva dos jovens acerca do mundo militar (e sua respetiva comparação com outras opções de carreira), sobra espaço para um estudo, agora numa perspetiva interna à organização, pela perceção das diferentes opiniões dos militares sobre o RC das FFAA, bem como pelas condições oferecidas no respetivo regime.

Assim, com base na sua vasta experiência profissional, perceberem-se os aspetos negativos e positivos dentro das FFAA, para que, posteriormente, se apresentem soluções para a melhoria da carreira e, por conseguinte, para o incremento da imagem das Forças Armadas, junto da população – isto, porque existem numerosas notícias e relatos de militares insatisfeitos com a sua experiência dentro da organização, pela não correspondência entre as promessas de carreira oferecidas e aquilo que, de facto, se acaba por verificar.

Poderia, ainda, ser interessante, perceberem-se, não só os objetivos de recrutamento e de comunicação das FFAA, como as restrições e limitações, de natureza heterogénea, com as quais se deparam, no processo de recrutamento de jovens para o mundo militar (legais, orçamentais, éticas, culturais, entre outras).

Ou seja, entender até que ponto, as Forças Armadas, não conseguem cativar um maior número de jovens – através do esforço comunicativo, de campanhas de publicidade, ações junto deles, entre outras estratégias - simplesmente porque não possuem, por exemplo, orçamento para tal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaker, D., Kumar, V. & Day, G. (1995). *Marketing research. John Wiley & Sons, Inc.* 3ªed.
- Almeida, P. D. (2001). O recrutamento excecional no contexto do novo modelo do serviço militar: Implicações e desafios. Boletim nº54, p.70-73.
- American Marketing Association (1937). O conceito de Marketing.
- American Marketing Association (2013). O conceito de Marketing.
- Arnoldi, M. A. G. C. (2006). A entrevista na pesquisa qualitativa. *Mecanismos para validação dos resultados*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2009). *Marketing an Introduction*. England: Pearson Education.
- Baitello, N. (1998). *Comunicação, Media e Cultura*. Revista da Fundação Saede, vol. 12, p.11.
- Baltazar, M. S. R. C. (2011). *As forças armadas portuguesas: desafios numa sociedade em mudança*. Évora, Universidade de Évora.
- Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA.
- Barreto, A. A. (1994). *A questão da informação*. São Paulo: Seade, v. 8, n. 4, p. 3-8.
- Berlo, D. K. (2003). *O processo de comunicação: introdução à teoria e à prática*. (10ª Ed.), São Paulo: Martins Fontes.
- Bispo, C.A.F. (2006). *Um novo modelo de pesquisa de clima organizacional*. v.16, n.2, p.258-273.
- Boni, V. & Quaresma, S. J. (2005). *Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais*. Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC. Vol. 2 nº 1.
- Bordenave, J. E. D. (1983). *O que é participação*. São Paulo: Brasiliense, p. 10-42.
- Brasil, J. P. S. (1973). Fundamentos antropológicos da comunicação. *Fundamentos científicos da comunicação*. (2ª Ed.), Petrópolis: Editora Vozes, p.73-85.

- Carrilho, M. (1985). *Origens sociais do corpo de oficiais das Forças Armadas portuguesas ao longo do século XX*. Análise Social. Vol. XVIII.
- Citelli, A. (1993). *Linguagem e Persuasão*. (7^a Ed), São Paulo: Ática.
- Constituição da República Portuguesa, VII Revisão Constitucional, 2005.
- Direção de Obtenção de Recursos Humanos, (2008). *Plano de comunicação específico da direção de obtenção de recursos humanos 2009*. Porto, Direção de Obtenção de Recursos Humanos.
- Easton, G. (1995). *Methodology and Industrial Network*. Business Marketing: An Interaction and Network Perspective. New York: Springer Netherlands.
- Festinger, L. (1950). *Informal social communication*. Psychological Review, 57.
- Fiske, J. (1995). *Introdução ao estudo da comunicação*. Porto: Edições Asa.
- Gallisson, R. & Coste, D. (1983). *Dicionário de didática das línguas*. Coimbra: Livraria Almedina.
- Gil, A. C. (1999). *Natureza da ciência social*. in *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* (5^a Ed.), São Paulo: Atlas.
- Godinho, R. M. R. (2010). *O Marketing para efeitos de recrutamento do Exército: contributo para uma análise custo-eficácia* (Trabalho de investigação aplicada publicado). Academia Militar, Lisboa.
- Gurdjieff, G. I. (2001). *Gurdjieff fala a seus alunos*. São Paulo: Editora Pensamento, p. 260.
- Hansen, M. H., Hurwitz, W. N. & Madow, W. G. (1966). *Sample survey methods and theory*. Vol. I. John Wiley & sons.
- Kotler, P. (1991). *Administração do Marketing: análise, planeamento, implementação e controle*. São Paulo: Atlas.
- Kotler, P. (2004). *Os dez pecados mortais do marketing*. (7^a Ed.), Rio de Janeiro: Editora Campus.
- Latour, B. (2000). *Redes que a razão desconhece: laboratórios, bibliotecas, coleções*. In: Baratin, M. & Jacob, C. (Orgs). *O poder das bibliotecas: a memória dos livros no Ocidente*. Rio de Janeiro, UFRJ.
- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, J. V. (2004). *Mercator XXI* (10^a Ed.), Lisboa: Dom Quixote, p.22-24.

- Littlejohn, S. W. (1982). Fundamentos teóricos da comunicação humana. Rio de Janeiro: Zahar, p. 164-197.
- Malhotra, N. K. (2001). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. Porto Alegre: Bookman.
- Mattar, F. (1996). *Pesquisa de marketing*. Ed. Atlas.
- Merriam, S. B. (1998). *Qualitative research and case study applications in education*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Minayo, M. C. S. (1996). *Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade*. (6^a Ed.), Petrópolis: Editora Vozes.
- Minayo, M. C. S. (1999). *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. (6^a Ed.), São Paulo: Hucitec
- Moskos Jr, C. (1986). *Institutional/Occupational Trends in Armed Forces: An Update, Armed Forces & Society*. Armed Forces and Society. Vol. 12
- Nunes, J. C. (1991). Marketing em Portugal - Um guia de acção (4^a Ed.), Lisboa: Texto Editora.
- Pires, A. (1995). Marketing - Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão. Lisboa: Verbo.
- Ribeiro, E. A. (2008). *A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais*. Araxá/MG, n. 04, p.129-148.
- Ries, A. & Trout, J. (1981). *Posicionamento: a Batalha pela tua mente*. São Paulo: MBooks Editora, p.1.
- Ropohl, G. (2001). Introduction to Philosophy, Computing and Information Science: *The concept of information in the framework of the culturalist struggles*. v.1, p. 1-12
- Santos, L. A. B. (2015). Reflexões decorrentes da prestação do serviço militar em regime de contrato nas forças armadas portuguesas: *perspetiva funcional e perspetiva social e de cidadania*. Revista de Ciências Militares.
- Santos, L. A. B., Damásio, L. F. B., & Sousa, J. G. A. (2012). *The streamlining of human resources in the armed forces*. Revista de Ciências Militares.

Schramm, W. (1949). - *Mass Communications*. University of Illinois Press: Urbana.

Sousa, J. P. (2006). *Elementos da teoria e pesquisa da comunicação dos media*. (2º Ed.), Porto: Biblioteca online de Ciências da Comunicação. Acedido em janeiro 18, 2018, em <http://www.infocambiouniversitario.com.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>.

Tapscott, D. (1999). *Geração Digital: A Crescente e Irreversível Ascensão da Geração Net*. São Paulo: Makron Books.

Vieira, R.M.M. (2011). *O recrutamento militar e a conjuntura económica nacional. Estudo sobre a influência da taxa de desemprego na adesão às Forças Armadas. (Dissertação de mestrado)*. Academia Militar, Lisboa.

Yin, R. K. (2001). Estudo de caso - *planeamento e métodos*. (2ª Ed.), Porto Alegre: Bookman.

Legislação - consulta em Diário da República Eletrónico (entre fevereiro e junho de 2018)

Lei n.º 22/91, Alteração à Lei do Serviço Militar (Lei 30/87 de 07 de julho) - Diário da República n.º 138/1991, Série I-A de 1991-06-19.

Lei 174/99, de 21 de setembro, Lei do Serviço Militar (LSM) - publicação em Diário da República n.º 221/1999, Série I-A de 1999-09-21.

Lei Orgânica n.º 1-A/2009, Lei de Bases da Organização das Forças Armadas - publicação em Diário da República n. 129/2009, Série I-A de 2009-07-07.

Lei n.º 31-A/2009, Lei de Defesa Nacional - publicação em Diário da República n. 129/2009, Série I-A de 2009-07-07.

Decreto-Lei n.º 289/2000, de 14 de novembro, aprova o Regulamento da LSM - publicação em Diário da República n. 263/2000, Série I-A de 2000-11-14.

ANEXOS

Anexo 1 - Modelo de questionário aplicado (suporte papel)

Questionário

O questionário em causa é enquadrado numa investigação no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Gestão de Marketing, desenvolvida pelo IPAM - Porto. O tema está relacionado com os problemas que as Forças Armadas têm manifestado no recrutamento de jovens.

Os resultados obtidos serão utilizados exclusivamente para fins académicos, procurando levar a conhecer os motivos que conduzem os jovens à escolha de outras opções de carreira. Realça-se que este questionário não pretende avaliar os conhecimentos dos jovens acerca das Forças Armadas.

O questionário será aplicado apenas a jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 27 anos, e residentes na Área Metropolitana do Porto.

Salienta-se a importância da sinceridade e espontaneidade nas respostas dadas. O questionário é anónimo, pelo que deverá evitar colocar o seu nome (ou outro elemento que o identifique) em qualquer local de resposta.

A sua participação é, para nós, muito importante! Obrigado pela sua colaboração.

1. Idade:

18	<input type="checkbox"/> (1)	19	<input type="checkbox"/> (2)	20	<input type="checkbox"/> (3)	21	<input type="checkbox"/> (4)
22	<input type="checkbox"/> (5)	23	<input type="checkbox"/> (6)	24	<input type="checkbox"/> (5)	25	<input type="checkbox"/> (6)
26	<input type="checkbox"/> (7)	27	<input type="checkbox"/> (8)				

2. Género:

Masculino. ☐ (1) Feminino ☐ (2)

3. Habilitações Literárias:

2º Ciclo do Ensino Básico (6º Ano)	<input type="checkbox"/> (1)
3º Ciclo do Ensino Básico (9º Ano)	<input type="checkbox"/> (2)
Ensino Secundário incompleto (11º Ano)	<input type="checkbox"/> (3)
Ensino Secundário completo (12º ano)	<input type="checkbox"/> (4)
Bacharelato	<input type="checkbox"/> (5)
Licenciatura	<input type="checkbox"/> (6)
Mestrado/Doutoramento	<input type="checkbox"/> (7)
Outro (indique qual) _____	<input type="checkbox"/> (8)

4. Está atualmente empregado? (note que os estudos não são considerados emprego):

Sim ☐ (1) Não ☐ (2)

4.1 Se respondeu "Sim", gosta do que faz?

Odeio ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 Adoro

5. Alguma vez se imaginou a seguir uma carreira militar?

Sim ☐ (1) Não ☐ (2)

5.1 Se respondeu "Sim", diga, resumidamente, porque não o fez?

6. Se se candidatasse ao Regime de Contrato das FFAA (Forças Armadas), qual seria o principal motivo?

- A remuneração ☐ (1)
- Benefícios associados à condição de militar (alojamento, saúde e outros) ☐ (2)
- Atratividade da profissão, face a outras mais aborrecidas e/ou desinteressantes ☐ (3)
- O contributo para a segurança do país ☐ (4)
- Os valores e códigos de conduta, adquiridos enquanto militar ☐ (5)
- Ausência de outras oportunidades de emprego ☐ (6)
- Gosto pelas armas ☐ (7)
- Outro ☐ (8)

Se escolheu "outro", indique qual. _____

7. Na sua perspetiva, qual a principal razão de existência das FFAA (assinale apenas a opção que considere ser a mais importante)?

- Formação e acompanhamento dos jovens para o "mundo militar" ☐ (1)
- Suporte de apoio para missões internas e externas. ☐ (2)
- Defesa da Nação e do estabelecido pela constituição Portuguesa ☐ (3)
- Atuação a fim da defesa de interesses particulares ☐ (4)
- Garantir os interesses nacionais, em contextos internacionais ☐ (5)
- Servir os interesses do governo ☐ (6)
- Outra ☐ (7)

Se escolheu "outro", indique qual. _____

8. E, na sua perspetiva, qual a razão de existência do Dia da Defesa Nacional (DDN) (assinale apenas aquela que considere ser a mais importante)?

- Recrutamento de jovens para o mundo militar ☐ (1)
- Sensibilização dos mesmos para assuntos relativos às FFAA ☐ (2)
- Proporcionar uma experiência única e dinâmica ☐ (3)
- Ferramenta de apoio a estudos de opinião estatísticos (elaborados aos jovens) ☐ (3)
- Permitir aos jovens que tenham o seu primeiro contacto com as FFAA ☐ (5)
- Outra ☐ (6)

Se escolheu "outra", indique qual. _____

9. Já participou no DDN?

Sim ☐ (1) Não ☐ (2)

9.1 Se sim, como descreveria a sua experiência do DDN?

	1	2	3	4	
Completamente inútil e desinteressante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Elucidativa, dinâmica e cativadora

9.2 O que menos gostou desse dia?

- Das palestras, pouco apelativas e desinteressantes ☐ (1)
- Antipatia dos militares, em geral ☐ (2)
- Da comida ☐ (3)
- Da falta de atividades que permitissem colmatar alguns tempos mortos ☐ (4)
- Informação excessiva (especialmente palestras) ☐ (5)
- Da duração demasiado longa do evento ☐ (6)
- Outra ☐ (7)

Se escolheu "outro", indique qual. _____

9.3 E o que mais gostou?

- Da organização e disciplina presentes na Instituição. ☐ (1)
- Da informação concedida e da forma como fora apresentada. ☐ (2)
- Das atividades realizadas durante o DDN. ☐ (3)
- Contacto com material bélico (veículos, armas e restantes equipamentos) ☐ (4)
- Da disponibilidade e apoio por parte dos militares presentes nesse dia. ☐ (5)
- Outro ☐ (6)

Se escolheu "outro", indique qual. _____

10. Considera o DDN importante para a consciencialização do que são as FFAA e para o papel que desempenham na (e para a) sociedade?

Sim ☐ (1) Não ☐ (2)

11. Se pudesse, enquanto organizador do DDN, o que faria por forma a melhorar a experiência desse dia?

12. O que sabe acerca do Regime de Contrato das FFAA?

Nada ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ Bastante

12.1 Tinha conhecimento que, por exemplo, o Estado oferece todo um conjunto de benefícios materiais, sociais, formativo-habilitacionais e profissionais para militares a Regime de Contrato (como a concessão de subsídios para estudos superiores, alojamento, alimentação, ingresso na função pública, entre outros)?

Não ☐ (1) Vagamente ☐ (2) Quase tudo ☐ (3) Sim ☐ (4)

13. Assinale qual/quais o/s meio/s de comunicação que utiliza com maior frequência no seu dia-a-dia.

Televisão ☐ (1) Internet ☐ (2) Rádio ☐ (3)
Jornais e revistas ☐ (4) Outros ☐ (5)

14. Qual o tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios de comunicação?

Até 1 hora ☐ (1) 1 a 3 horas ☐ (2)
3 a 5 horas ☐ (3) Mais de 5 horas ☐ (4)

15. E qual/quais o/s período/s do dia em que o faz com maior frequência?

Pela manhã ☐ (1) Hora de almoço ☐ (2) Durante a tarde ☐ (3)
Ao final de tarde ☐ (4) À noite ☐ (5)

16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?

Sim ☐ (1) Não ☐ (2)

16.1 Se sim, onde?

Televisão ☐ (1) Internet ☐ (2) Rádio ☐ (3)
Jornais e revistas ☐ (4) Outros ☐ (5)

17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?

Sim ☐ (1) Não ☐ (2)

17.1 Se a resposta foi afirmativa, como?

18. Tinha conhecimento que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento de jovens para o mundo militar, especialmente para o Regime de Contrato?

Sim ☐ (1) Não ☐ (2)

19. Na sua opinião, quais as possíveis causas para essa dificuldade de recrutamento?

Muito obrigado pela sua participação!

Anexo 2 – Análise estatística do questionário

Quadro 5 - Planeamento de efetivos (2015-2017)

Anos Classes		2015			2016			2017		
		Cand.	Plano	Adm.	Cand.	Plano	Adm.	Cand.	Plano	Adm.
Exército	Oficiais	1.544	275	202	624	120	112	216	150	85
	Sargentos	2.058	440	238	1.488	410	431	952	175	173
	Praças	4.890	1.655	1.827	5.153	4.000	2.637	4.282	3.750	1.772
	Total	8.492	2.370	2.267	7.265	4.530	3.180	5.450	4.075	2.030
Força Aérea	Oficiais	696	80	75	422	100	90	304	100	58
	Sargentos	234	20	17	315	50	50	515	95	95
	Praças	1.744	500	456	909	550	266	703	500	239
	Total	2.674	600	548	1.646	700	406	1.522	695	392
Marinha	Oficiais									
	Sargentos									
	Praças									
	Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Soma		11.166	2.970	2.815	8.911	5.230	3.586	6.972	4.770	2.422

Fonte: Dados do Ministério da Defesa Nacional (Candidaturas; Planeamento autorizado; Admitidos)

Quadro 6 - idade versus. pensar seguir uma carreira militar.

			Sim	Não	Total
Idade - em conjuntos	Até 20 anos	Contagem	36	115	151
		% em Idade - em conjuntos	23,8%	76,2%	100,0%
		% em 5. Pensou em seguir carreira militar?	44,4%	51,8%	49,8%
		% do Total	11,9%	38,0%	49,8%
	Entre 20 e 23 anos	Contagem	25	70	95
		% em Idade - em conjuntos	26,3%	73,7%	100,0%
		% em 5. Pensou em seguir carreira militar?	30,9%	31,5%	31,4%
		% do Total	8,3%	23,1%	31,4%
	Mais de 23 anos	Contagem	20	37	57
		% em Idade - em conjuntos	35,1%	64,9%	100,0%
		% em 5. Pensou em seguir carreira militar?	24,7%	16,7%	18,8%
		% do Total	6,6%	12,2%	18,8%
Total	Contagem		81	222	303
	% em Idade - em conjuntos		26,7%	73,3%	100,0%
	% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?		100,0%	100,0%	100,0%
	% do Total		26,7%	73,3%	100,0%

Quadro 7 - Testes qui-quadrado

	Valor	Gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	2,685 ^a	2	,261
Razão de verossimilhança	2,588	2	,274
Associação Linear por Linear	2,371	1	,124
Nº de Casos Válidos	303		
a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 15,24.			

Quadro 8 - Idade versus situação profissional.

Está atualmente empregado?			Sim	Não	Total
Idade - em conjuntos	Até 20 anos	Contagem	27	124	151
		% em Idade - em conjuntos	17,9%	82,1%	100,0%
		% em 4. Atualmente empregado?	28,4%	59,6%	49,8%
		% do Total	8,9%	40,9%	49,8%
	Entre 20 e 23 anos	Contagem	27	68	95
		% em Idade - em conjuntos	28,4%	71,6%	100,0%
		% em 4. Atualmente empregado?	28,4%	32,7%	31,4%
		% do Total	8,9%	22,4%	31,4%
	Mais de 23 anos	Contagem	41	16	57
		% em Idade - em conjuntos	71,9%	28,1%	100,0%
		% em 4. Atualmente empregado?	43,2%	7,7%	18,8%
		% do Total	13,5%	5,3%	18,8%
Total		Contagem	95	208	303
		% em Idade - em conjuntos	31,4%	68,6%	100,0%
		% em 4. Atualmente empregado?	100,0%	100,0%	100,0%
		% do Total	31,4%	68,6%	100,0%

Quadro 9 - Idade versus utilização de meios de comunicação.

Meios + utilizados no dia a dia ^a			Televisão	Internet	Rádio	Jornais e Revistas	Total
Idade - em conjuntos	Até 20 anos	Contagem	88	145	22	9	151
		% em idade_recod	58,3%	96,0%	14,6%	6,0%	
		% em \$Meios_comunicação_freq	55,7%	49,7%	46,8%	36,0%	
	Entre 20 e 23 anos	Contagem	44	92	12	7	95
		% em idade_recod	46,3%	96,8%	12,6%	7,4%	
		% em \$Meios_comunicação_freq	27,8%	31,5%	25,5%	28,0%	
	Mais de 23 anos	Contagem	26	55	13	9	57
		% em idade_recod	45,6%	96,5%	22,8%	15,8%	
		% em \$Meios_comunicação_freq	16,5%	18,8%	27,7%	36,0%	
Total		Contagem	158	292	47	25	303
Percentagens e totais têm respondentes como base. - a. Grupo de dicotomia tabulado no valor 1.							

Quadro 10 - Idade versus tempo aproximado utilizado diariamente em meios...

14. Qual o tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios?			Até 1 hora	De 1 a 3 horas	De 3 a 5 horas	Mais de 5 horas	Total	
Idade - em conjuntos	Até 20 anos	Contagem	6	59	50	36	151	
		% em Idade - em conjuntos	4,0%	39,1%	33,1%	23,8%	100,0%	
		% em 14. Tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios?	54,5%	50,0%	49,0%	50,0%	49,8%	
	Entre 20 e 23 anos	Contagem	3	34	37	21	95	
		% em Idade - em conjuntos	3,2%	35,8%	38,9%	22,1%	100,0%	
		% em 14. Tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios?	27,3%	28,8%	36,3%	29,2%	31,4%	
	Mais de 23 anos	Contagem	2	25	15	15	57	
		% em Idade - em conjuntos	3,5%	43,9%	26,3%	26,3%	100,0%	
		% em 14. Tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios?	18,2%	21,2%	14,7%	20,8%	18,8%	
	Total		Contagem	11	118	102	72	303
			% em Idade - em conjuntos	3,6%	38,9%	33,7%	23,8%	100,0%
			% em 14. Tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 11 - Género versus pensar seguir carreira militar.

5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?			Sim	Não	Total
2.	Masculino	Contagem	51	102	153
		% em 2.	33,3%	66,7%	100,0%
		% em 5. Pensou em seguir carreira militar?	63,0%	45,9%	50,5%
	Feminino	Contagem	30	120	150
		% em 2.	20,0%	80,0%	100,0%
		% em 5. Pensou em seguir carreira militar?	37,0%	54,1%	49,5%
Total		Contagem	81	222	303
		% em 2.	26,7%	73,3%	100,0%
		% em 5. Pensou em seguir carreira militar?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 12 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	6,875 ^a	1	,009		
Correção de continuidade	6,211	1	,013		
Razão de verossimilhança	6,938	1	,008		
Teste Exato de Fisher				,010	,006
Associação Linear por Linear	6,852	1	,009		
Nº de Casos Válidos	303				
a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 40,10.					
b. Computado apenas para uma tabela 2x2					

Quadro 13 - Género versus conhecimento dificuldades de recrutamento...

18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?			Sim	Não	Total
2.	Masculino	Contagem	91	62	153
		% em 2.	59,5%	40,5%	100,0%
		% em 18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?	57,6%	42,8%	50,5%
	Feminino	Contagem	67	83	150
		% em 2.	44,7%	55,3%	100,0%
		% em 18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?	42,4%	57,2%	49,5%
Total		Contagem	158	145	303
		% em 2.	52,1%	47,9%	100,0%
		% em 18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 14 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	6,658 ^a	1	,010		
Correção de continuidade ^b	6,078	1	,014		
Razão de verossimilhança	6,682	1	,010		
Teste Exato de Fisher				,011	,007
Associação Linear por Linear	6,636	1	,010		
Nº de Casos Válidos	303				
a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 71,78.					
b. Computado apenas para uma tabela 2x2					

Quadro 15 - Habilitações literárias versus pensar seguir carreira militar.

5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?			Sim	Não	Total	
3.	9º Ano	Contagem	4	3	7	
		% em 3.	57,1%	42,9%	100,0%	
		% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	4,9%	1,4%	2,3%	
	11º Ano	Contagem	6	19	25	
		% em 3.	24,0%	76,0%	100,0%	
		% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	7,4%	8,6%	8,3%	
	12º Ano	Contagem	34	113	147	
		% em 3.	23,1%	76,9%	100,0%	
		% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	42,0%	50,9%	48,5%	
	Licenciatura	Contagem	26	60	86	
		% em 3.	30,2%	69,8%	100,0%	
		% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	32,1%	27,0%	28,4%	
	Mestrado/Doutoramento	Contagem	11	26	37	
		% em 3.	29,7%	70,3%	100,0%	
		% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	13,6%	11,7%	12,2%	
	Outro	Contagem	0	1	1	
		% em 3.	0,0%	100,0%	100,0%	
		% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	0,0%	0,5%	0,3%	
Total			81	222	303	
			% em 3.	26,7%	73,3%	100,0%
			% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 16 - Teste de correlação

		Valor	Erro Padrão Assintótico ^a	T Aproximado ^b	Significância Aproximada
Intervalo por Intervalo	R de Pearson	-,007	,061	-,122	,903 ^c
Ordinal por Ordinal	Correlação Spearman	-,031	,059	-,538	,591 ^c
Nº de Casos Válidos		303			
a. Não assumindo a hipótese nula.					
b. Uso de erro padrão assintótico considerando a hipótese nula.					
c. Com base em aproximação normal.					

Quadro 17 - Habilitações literárias versus o que sabe sobre o RC das FFAA.

12. O que sabe acerca do regime de contrato das FFAA?			Nada	Pouco	Algo	Bastante	Total
3.	9º Ano	Contagem	5	2	0	0	7
		% em 3.	71,4%	28,6%	0,0%	0,0%	100,0%
		% em 12. O que sabe do RC nas FFAA?	4,5%	1,5%	0,0%	0,0%	2,3%
	11º Ano	Contagem	11	6	6	2	25
		% em 3.	44,0%	24,0%	24,0%	8,0%	100,0%
		% em 12. O que sabe do RC nas FFAA?	10,0%	4,6%	10,7%	28,6%	8,3%
	12º Ano	Contagem	51	67	27	2	147
		% em 3.	34,7%	45,6%	18,4%	1,4%	100,0%
		% em 12. O que sabe do RC nas FFAA?	46,4%	51,5%	48,2%	28,6%	48,5%
	Licenciatura	Contagem	34	34	15	3	86
		% em 3.	39,5%	39,5%	17,4%	3,5%	100,0%
		% em 12. O que sabe do RC nas FFAA?	30,9%	26,2%	26,8%	42,9%	28,4%

	Mestrado/ Doutoramento	Contagem	8	21	8	0	37
		% em 3.	21,6%	56,8%	21,6%	0,0%	100,0%
		% em 12. O que sabe do RC nas FFAA?	7,3%	16,2%	14,3%	0,0%	12,2%
	Outro	Contagem	1	0	0	0	1
		% em 3.	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% em 12. O que sabe do RC nas FFAA?	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Total	Contagem	110	130	56	7	303	
	% em 3.	36,3%	42,9%	18,5%	2,3%	100,0%	
	% em 12. O que sabe do RC nas FFAA?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Quadro 18 - Seguir carreira militar versus situação de emprego.

4. Está atualmente empregado?			Sim	Não	Total
5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	Sim	Contagem	35	46	81
		% em 5. Pensou seguir carreira militar?	43,2%	56,8%	100,0%
		% em 4. Atualmente empregado?	36,8%	22,1%	26,7%
	Não	Contagem	60	162	222
		% em 5. Pensou seguir carreira militar?	27,0%	73,0%	100,0%
		% em 4. Atualmente empregado?	63,2%	77,9%	73,3%
Total		Contagem	95	208	303
		% em 5. Pensou seguir carreira militar?	31,4%	68,6%	100,0%
		% em 4. Atualmente empregado?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 19 - Pensar seguir carreira militar versus principal motivo.

6. Se se candidatasse às FFAA, qual o principal motivo?			A	B	C	D	E	F	G	H	Total
5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	Sim	Contagem	10	11	20	9	11	5	11	4	81
		% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	12,3%	13,6%	24,7%	11,1%	13,6%	6,2%	13,6%	4,9%	100,0%
		% em 6. Se se candidatasse às FFAA, qual seria o principal motivo?	18,5%	22,9%	51,3%	18,0%	31,4%	12,8%	35,5%	57,1%	26,7%
	Não	Contagem	44	37	19	41	24	34	20	3	222
		% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	19,8%	16,7%	8,6%	18,5%	10,8%	15,3%	9,0%	1,4%	100,0%
		% em 6. Se se candidatasse às FFAA, qual seria o principal motivo?	81,5%	77,1%	48,7%	82,0%	68,6%	87,2%	64,5%	42,9%	73,3%
Total		Contagem	54	48	39	50	35	39	31	7	303
		% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	17,8%	15,8%	12,9%	16,5%	11,6%	12,9%	10,2%	2,3%	100,0%
		% em 6. Se se candidatasse às FFAA, qual seria o principal motivo?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

A – Remuneração; B – Benefícios; C – Atratividade; D – Contribuir segurança País; E – Valores e códigos de conduta; F – Oportunidade de Emprego; G – Gosto pelas armas; H – Outro.

Quadro 20 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	24,929 ^a	7	,001
Razão de verossimilhança	23,900	7	,001
Associação Linear por Linear	,872	1	,350
Nº de Casos Válidos	303		

a. 1 Células (6,3%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 1,87.

Quadro 21 - Seguir carreira militar versus o que mais gostou no DDN.

O que mais gostou do DDN? ^a			A	B	C	D	E	F	Total
5. Alguma vez pensou em seguir	Sim	Contagem	19	15	24	36	19	4	74
		% em Seguir Carreira Militar	25,7%	20,3%	32,4%	48,6%	25,7%	5,4%	
		% em \$Mais_gostou	29,7%	25,9%	32,9%	33,0%	31,7%	66,7%	

carreira militar?	Não	Contagem	45	43	49	73	41	2	192
		% em Seguir Carreira Militar	23,4%	22,4%	25,5%	38,0%	21,4%	1,0%	
		% em \$Mais_gostou	70,3%	74,1%	67,1%	67,0%	68,3%	33,3%	
Total		Contagem	64	58	73	109	60	6	266

Percentagens e totais têm respondentes como base.

a. Grupo de dicotomia tabulado no valor 1.

A – Organização e disciplina; **B** – Informação apresentada; **C** – Atividades realizadas; **D** – Contacto com o material bélico; **E** - Disponibilidade e simpatia dos militares; **F** – Outro.

Quadro 22 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	2,494 ^a	1	,114		
Correção de continuidade ^b	2,074	1	,150		
Razão de verossimilhança	2,474	1	,116		
Teste Exato de Fisher				,127	,075
Associação Linear por Linear	2,485	1	,115		
Nº de Casos Válidos	266				

a. 0 Células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 30,32.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Quadro 23 - Pensou seguir carreira militar versus ouviu comunicação das FFAA.

16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?			Sim	Não	Total
5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	Sim	Contagem	46	35	81
		% em 5. Pensou seguir carreira militar?	56,8%	43,2%	100,0%
		% em 16. Ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	30,1%	23,3%	26,7%
	Não	Contagem	107	115	222
		% em 5. Pensou seguir carreira militar?	48,2%	51,8%	100,0%
		% em 16. Ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	69,9%	76,7%	73,3%
Total	Contagem	153	150	303	
	% em 5. Pensou seguir carreira militar?	50,5%	49,5%	100,0%	
	% em 16. Ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	100,0%	100,0%	100,0%	

Quadro 24 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	1,753 ^a	1	,186		
Correção de continuidade ^b	1,426	1	,232		
Razão de verossimilhança	1,757	1	,185		
Teste Exato de Fisher				,196	,116
Associação Linear por Linear	1,747	1	,186		
Nº de Casos Válidos	303				

a. 0 Células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 40,10.

b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Quadro 25 - Seguir carreira militar versus conhecimento dificuldades de recrutamento.

18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?			Sim	Não	Total
5. Alguma vez pensou em seguir	Sim	Contagem	49	32	81
		% em 5. Pensou seguir carreira militar?	60,5%	39,5%	100,0%

carreira militar?		% em 18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?	31,0%	22,1%	26,7%
	Não	Contagem	109	113	222
		% em 5. Pensou seguir carreira militar?	49,1%	50,9%	100,0%
		% em 18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?	69,0%	77,9%	73,3%
Total		Contagem	158	145	303
		% em 5. Pensou seguir carreira militar?	52,1%	47,9%	100,0%
		% em 18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 26 - Razão de existência das FFAA

		Frequência	%	% Válida	% Cumulativa
Válido	Formação e acompanhamento	37	12,2	12,2	12,2
	Missões internas e externas	55	18,2	18,2	30,4
	Defesa da Nação - CRP	164	54,1	54,1	84,5
	Interesses particulares	3	1,0	1,0	85,5
	Interesses nacionais no exterior	30	9,9	9,9	95,4
	Interesses do governo	11	3,6	3,6	99,0
	Outro	3	1,0	1,0	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

Quadro 27 - Razão da existência do DDN

		Frequência	%	% Válida	% Cumulativa
Válido	Recrutamento	67	22,1	22,1	22,1
	Sensibilização	143	47,2	47,2	69,3
	Proporcionar experiência	12	4,0	4,0	73,3
	Estudos de opinião	8	2,6	2,6	75,9
	Primeiro contacto com FFAA	73	24,1	24,1	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

Quadro 28 - Idade versus participação no DDN.

9.Já participou no DDN?			Sim	Não	Total
Idade - em conjuntos	Até 20 anos	Contagem	128	23	151
		% em Idade - em conjuntos	84,8%	15,2%	100,0%
		% em 9.Já participou no DDN?	48,1%	62,2%	49,8%
	Entre 20 e 23 anos	Contagem	92	3	95
		% em Idade - em conjuntos	96,8%	3,2%	100,0%
		% em 9.Já participou no DDN?	34,6%	8,1%	31,4%
	Mais de 23 anos	Contagem	46	11	57
		% em Idade - em conjuntos	80,7%	19,3%	100,0%
		% em 9.Já participou no DDN?	17,3%	29,7%	18,8%
Total		Contagem	266	37	303
		% em Idade - em conjuntos	87,8%	12,2%	100,0%
		% em 9.Já participou no DDN?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 29 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	11,219 ^a	2	,004
Razão de verossimilhança	13,473	2	,001

Associação Linear por Linear	,014	1	,905
Nº de Casos Válidos	303		
a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 6,96.			

Quadro 30 - Participação no DDN versus pensar seguir carreira militar.

5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?			Sim	Não	Total
9. Já participou no DDN?	Sim	Contagem	74	192	266
		% em 9. Já participou no DDN?	27,8%	72,2%	100,0%
		% em 5. Pensou seguir carreira militar?	91,4%	86,5%	87,8%
	Não	Contagem	7	30	37
		% em 9. Já participou no DDN?	18,9%	81,1%	100,0%
		% em 5. Pensou seguir carreira militar?	8,6%	13,5%	12,2%
Total		Contagem	81	222	303
		% em 9. Já participou no DDN?	26,7%	73,3%	100,0%
		% em 5. Pensou seguir carreira militar?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 31 - Participação no DDN versus conhecimento sobre o RC.

12. O que sabe acerca do regime de contrato das FFAA?			Nada	Pouco	Algo	Bastante	Total
9. Já participou no DDN?	Sim	Contagem	87	121	51	7	266
		% em 9. Já participou no DDN?	32,7%	45,5%	19,2%	2,6%	100,0%
		% em 12. O que sabe acerca do RC das FFAA?	79,1%	93,1%	91,1%	100,0%	87,8%
	Não	Contagem	23	9	5	0	37
		% em 9. Já participou no DDN?	62,2%	24,3%	13,5%	0,0%	100,0%
		% em 12. O que sabe acerca do RC das FFAA?	20,9%	6,9%	8,9%	0,0%	12,2%
Total		Contagem	110	130	56	7	303
		% em 9. Já participou no DDN?	36,3%	42,9%	18,5%	2,3%	100,0%
		% em 12. O que sabe acerca do RC das FFAA?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 32 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	12,691 ^a	3	,005
Razão de verossimilhança	12,963	3	,005
Associação Linear por Linear	8,475	1	,004
Nº de Casos Válidos	303		
a. 1 células (12,5%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,85.			

Quadro 33 - Participou no DDN versus onde obter informação sobre FFAA.

17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?			Sim	Não	Total
9.Já participou no DDN?	Sim	Contagem	139	127	266
		% em 9.Já participou no DDN?	52,3%	47,7%	100,0%
		% em 17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?	90,3%	85,2%	87,8%
	Não	Contagem	15	22	37
		% em 9.Já participou no DDN?	40,5%	59,5%	100,0%
		% em 17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?	9,7%	14,8%	12,2%
Total	Contagem	154	149	303	
	% em 9.Já participou no DDN?	50,8%	49,2%	100,0%	
	% em 17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?	100,0%	100,0%	100,0%	

Quadro 34 - Participou no DDN versus conhecimento dificuldades recrutamento...

18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?			Sim	Não	Total
9. Já participou no DDN?	Sim	Contagem	143	123	266
		% em 9. Já participou no DDN?	53,8%	46,2%	100,0%
		% em 18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?	90,5%	84,8%	87,8%
	Não	Contagem	15	22	37
		% em 9. Já participou no DDN?	40,5%	59,5%	100,0%
		% em 18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?	9,5%	15,2%	12,2%
Total		Contagem	158	145	303
		% em 9. Já participou no DDN?	52,1%	47,9%	100,0%
		% em 18. Tinha conhecimento de que as FFAA têm vindo a passar por dificuldades de recrutamento (...)?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 35 - Participou no DDN versus descrever experiência.

2.			Mas.	Fem.	Total
9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	Completamente inútil e desinteressante	Contagem	13	6	19
		% em 9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	68,4%	31,6%	100,0%
		% em 2.	9,6%	4,6%	7,1%
	Pouco útil e desinteressante	Contagem	30	30	60
		% em 9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	50,0%	50,0%	100,0%
		% em 2.	22,2%	22,9%	22,6%
	Útil e elucidativa	Contagem	63	71	134
		% em 9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	47,0%	53,0%	100,0%
		% em 2.	46,7%	54,2%	50,4%
	Elucidativa, dinâmica e cativadora	Contagem	29	24	53
		% em 9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	54,7%	45,3%	100,0%
		% em 2.	21,5%	18,3%	19,9%
Total		Contagem	135	131	266
		% em 9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	50,8%	49,2%	100,0%
		% em 2.	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 36 - Já participou no DDN versus considera esse dia importante...

10. Considera o DDN importante para a consciencialização do que são as FFAA (...)?			Sim	Não	Total
9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	Completamente inútil e desinteressante	Contagem	7	12	19
		% em 9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	36,8%	63,2%	100,0%
		% em 10. Considera o DDN importante para a consciencialização do que são as FFAA (...)?	3,0%	37,5%	7,1%
	Pouco útil e desinteressante	Contagem	48	12	60
		% em 9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	80,0%	20,0%	100,0%
		% em 10. Considera o DDN importante para a consciencialização do que são as FFAA (...)?	20,5%	37,5%	22,6%
	Útil e elucidativa	Contagem	127	7	134

		% em 9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	94,8%	5,2%	100,0%
		% em 10. Considera o DDN importante para a consciencialização do que são as FFAA (...)?	54,3%	21,9%	50,4%
	Elucidativa, dinâmica e cativadora	Contagem	52	1	53
		% em 9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	98,1%	1,9%	100,0%
		% em 10. Considera o DDN importante para a consciencialização do que são as FFAA (...)?	22,2%	3,1%	19,9%
Total		Contagem	234	32	266
		% em 9.1 Se "sim", como descreveria a sua experiência?	88,0%	12,0%	100,0%
		% em 10. Considera o DDN importante para a consciencialização do que são as FFAA (...)?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 37 - Teste qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	61,551 ^a	3	,000
Razão de verossimilhança	45,590	3	,000
Associação Linear por Linear	45,430	1	,000
Nº de Casos Válidos	266		

a. 1 Células (12,5%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 2,29.

Quadro 38 - O que menos gostou no DDN

Respostas		N	%	% Casos
O que menos gostou do DDN? ^a	9.2 "... " Palestras	79	19,8%	30,3%
	9.2 "... " Antipatia dos militares	13	3,3%	5,0%
	9.2 "... " Refeições	112	28,1%	42,9%
	9.2 "... " Falta de atividades práticas	59	14,8%	22,6%
	9.2 "... " Excesso de informação transmitida	55	13,8%	21,1%
	9.2 "... " Duração longa do evento	78	19,6%	29,9%
	9.2 "... " Outro	2	0,5%	0,8%
Total		398	100,0%	152,5%

a. Grupo de dicotomia tabulado no valor 1.

Quadro 39 - O que mais gostou no DDN

Respostas		N	%	% Casos
O que mais gostou do DDN? ^a	9.3 "... " Organização e disciplina	64	17,3%	24,1%
	9.3 "... " Informação apresentada	58	15,7%	21,8%
	9.3 "... " Atividades realizadas	73	19,7%	27,4%
	9.3 "... " Contacto com o material bélico	109	29,5%	41,0%
	9.3 "... " Disponibilidade e simpatia dos militares	60	16,2%	22,6%
	9.3 "... " Outro	6	1,6%	2,3%
	Total	370	100,0%	139,1%

a. Grupo de dicotomia tabulado no valor 1.

Quadro 40 - Importância do DDN versus como obter informação.

17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo			Sim	Não	Total
10. Considera o DDN importante para a consciencialização do que são as FFAA (...)?	Sim	Contagem	141	124	265
		% em 10. Considera o DDN importante para a consciencialização do que são as FFAA (...)?	53,2%	46,8%	100,0%
		% em 17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?	91,6%	83,2%	87,5%
	Não	Contagem	13	25	38

		% em 10. Considera o DDN importante para a consciencialização do que são as FFAA (...)?	34,2%	65,8%	100,0%
		% em 17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?	8,4%	16,8%	12,5%
Total		Contagem	154	149	303
		% em 10. Considera o DDN importante para a consciencialização do que são as FFAA (...)?	50,8%	49,2%	100,0%
		% em 17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 41 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	4,799 ^a	1	,028		
Correção de continuidade ^b	4,069	1	,044		
Razão de verossimilhança	4,864	1	,027		
Teste Exato de Fisher				,037	,021
Associação Linear por Linear	4,783	1	,029		
Nº de Casos Válidos	303				
a. 0 Células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 18,69.					
b. Computado apenas para uma tabela 2x2					

Quadro 42 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	75,074 ^a	9	,000
Razão de verossimilhança	75,167	9	,000
Associação Linear por Linear	34,229	1	,000
Nº de Casos Válidos	303		
a. 4 células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é ,76.			

Quadro 43 - O que sabe sobre o RC versus comunicação das FFAA (meio)

16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?			Sim	Não	Total
12. O que sabe acerca do regime de contrato das FFAA?	Nada	Contagem	41	69	110
		% em 12. O que sabe acerca do regime de contrato das FFAA?	37,3%	62,7%	100,0%
		% em 16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	26,8%	46,0%	36,3%
	Pouco	Contagem	63	67	130
		% em 12. O que sabe acerca do regime de contrato das FFAA?	48,5%	51,5%	100,0%
		% em 16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	41,2%	44,7%	42,9%
	Alguma coisa	Contagem	45	11	56
		% em 12. O que sabe acerca do regime de contrato das FFAA?	80,4%	19,6%	100,0%
		% em 16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	29,4%	7,3%	18,5%
	Bastante	Contagem	4	3	7
		% em 12. O que sabe acerca do regime de contrato das FFAA?	57,1%	42,9%	100,0%
		% em 16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	2,6%	2,0%	2,3%
Total		Contagem	153	150	303
		% em 12. O que sabe acerca do regime de contrato das FFAA?	50,5%	49,5%	100,0%
		% em 16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 44 - Teste de variância

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Regime Contrato	,681	1	301	,410
Conhece bem o RC	,124	1	301	,725

Quadro 45 - Estatística descritiva

Descriptive Statistics		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Regime Contrato	303	1	4	1,87	,791	,523	,140	-,443	,279
Conhece bem RC	303	1	4	2,49	,917	,323	,140	-,799	,279
Valid N (listwise)	303								

Quadro 46 - Análise Klmogorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?			RC	Conhece Bem RC
Sim	N		153	153
	Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2,08	2,65
		Std. Deviation	,815	,861
	Most Extreme Differences	Absolute	,218	,273
		Positive	,218	,273
		Negative	-,194	-,172
	Test Statistic		,218	,273
	Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c
Não	N		150	150
	Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1,65	2,33
		Std. Deviation	,705	,945
	Most Extreme Differences	Absolute	,283	,309
		Positive	,283	,309
		Negative	-,229	-,198
	Test Statistic		,283	,309
	Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c	,000 ^c
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				

Quadro 47 - Testes estatísticos

	Regime Contrato	Conhece Bem Regime Contrato
Mann-Whitney U	8116,500	9105,500
Wilcoxon W	19441,500	20430,500
Z	-4,731	-3,326
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,001
a. Grouping Variable: Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?		

Quadro 48 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	28,009 ^a	3	,000
Razão de verossimilhança	29,589	3	,000
Associação Linear por Linear	21,903	1	,000
Nº de Casos Válidos	303		
a. 2 Células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 3,47.			

Quadro 49 - Conhecimento de benefícios do RC.

		Frequência	Porcentagem	% Válida	% Cumulativa
Válido	Não	33	10,9	10,9	10,9
	Vagamente	144	47,5	47,5	58,4
	De muita coisa	70	23,1	23,1	81,5
	Sim	56	18,5	18,5	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

Quadro 50 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	16,669 ^a	3	,001
Razão de verossimilhança	19,537	3	,000
Associação Linear por Linear	13,558	1	,000
Nº de Casos Válidos	303		

a. 2 Células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 3,44.

Quadro 51 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	10,656 ^a	3	,014
Razão de verossimilhança	10,737	3	,013
Associação Linear por Linear	8,346	1	,004
Nº de Casos Válidos	303		

a. 2 Células (25,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 3,35.

Quadro 52 - Utilização dos meios de comunicação

	Respostas	N	Porcentagem	% Casos
Maior frequência de utilização ^a	13. "... " Televisão	158	30,3%	52,1%
	13. "... " Internet	292	55,9%	96,4%
	13. "... " Rádio	47	9,0%	15,5%
	13. "... " Jornais e Revistas	25	4,8%	8,3%
Total		522	100,0%	172,3%

a. Grupo de dicotomia tabulado no valor 1.

Quadro 53 - Informação sobre FFAA versus Tempo de utilização de meios.

16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?			Sim	Não	Total
14. Qual o tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios?	Até 1 hora	Contagem	1	10	11
		% em 14. Qual o tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios?	9,1%	90,9%	100,0%
		% em 16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	0,7%	6,7%	3,6%
	De 1 a 3 horas	Contagem	55	63	118
		% em 14. Qual o tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios?	46,6%	53,4%	100,0%
		% em 16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	35,9%	42,0%	38,9%
	De 3 a 5 horas	Contagem	56	46	102
		% em 14. Qual o tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios?	54,9%	45,1%	100,0%

	Mais de 5 horas	% em 16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	36,6%	30,7%	33,7%
		Contagem	41	31	72
		% em 14. Qual o tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios?	56,9%	43,1%	100,0%
		% em 16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	26,8%	20,7%	23,8%
Total		Contagem	153	150	303
		% em 14. Qual o tempo aproximado que despende, diariamente, na utilização total desses meios?	50,5%	49,5%	100,0%
		% em 16. Já ouviu, em algum meio de comunicação, alguma informação relativa às FFAA?	100,0%	100,0%	100,0%

Quadro 54 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	10,247 ^a	3	,017
Razão de verossimilhança	11,436	3	,010
Associação Linear por Linear	6,129	1	,013
Nº de Casos Válidos	303		

a. 0 Células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 5,45.

Quadro 55 - Período de utilização meios comunicação

Respostas		N	%	% Casos
Período de utilização dos Meios de com ^a	15. E quais os períodos do dia em que o faz com maior frequência? Manhã	44	8,4%	14,5%
	15. "... " Almoço	54	10,3%	17,8%
	15. "... " Tarde	87	16,7%	28,7%
	15. "... " Fim de tarde	121	23,2%	39,9%
	15. "... " À noite	216	41,4%	71,3%
Total		522	100,0%	172,3%

a. Grupo de dicotomia tabulado no valor 1.

Quadro 56 - Informação sobre FFAA em meios de comunicação

		Frequência	%	% Válida	% Cumulativa
Válido	Sim	153	50,5	50,5	50,5
	Não	150	49,5	49,5	100,0
	Total	303	100,0	100,0	

Quadro 57 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	12,265 ^a	1	,000		
Correção de continuidade ^b	11,473	1	,001		
Razão de verossimilhança	12,349	1	,000		
Teste Exato de Fisher				,001	,000
Associação Linear por Linear	12,225	1	,000		
Nº de Casos Válidos	303				

a. 0 Células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 73,76.
b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Quadro 58 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	9,244 ^a	1	,002		
Correção de continuidade ^b	8,557	1	,003		
Razão de verossimilhança	9,291	1	,002		
Teste Exato de Fisher				,003	,002
Associação Linear por Linear	9,213	1	,002		
Nº de Casos Válidos	303				
a. 0 Células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 71,78.					
b. Computado apenas para uma tabela 2x2					

Quadro 59 - Informação sobre FFAA

Respostas		N	%	% Casos
Ouvir informações sobre as FFAA ^a	16.1 Se "sim", onde? Televisão	106	44,9%	69,3%
	16.1 "..." Internet	90	38,1%	58,8%
	16.1 "..." Rádio	18	7,6%	11,8%
	16.1 "..." Jornais e revistas	19	8,1%	12,4%
	16.1 "..." Outro	3	1,3%	2,0%
Total		236	100,0%	154,2%
a. Grupo de dicotomia tabulado no valor 1.				

Quadro 60 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)
Qui-quadrado de Pearson	56,717 ^a	2	,000
Razão de verossimilhança	53,976	2	,000
Associação Linear por Linear	48,935	1	,000
Nº de Casos Válidos	303		
a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 17,87.			

Quadro 61 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	7,221 ^a	1	,007		
Correção de continuidade ^b	6,489	1	,011		
Razão de verossimilhança	6,992	1	,008		
Teste Exato de Fisher				,011	,006
Associação Linear por Linear	7,197	1	,007		
Nº de Casos Válidos	303				
a. 0 Células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 25,40.					
b. Computado apenas para uma tabela 2x2					

Quadro 62 - Testes qui-quadrado

	Valor	gl	Significância Assintótica (Bilateral)	Sig exata (2 lados)	Sig exata (1 lado)
Qui-quadrado de Pearson	6,517 ^a	1	,011		
Correção de continuidade ^b	5,871	1	,015		
Razão de verossimilhança	6,579	1	,010		
Teste Exato de Fisher				,013	,008
Associação Linear por Linear	6,495	1	,011		
Nº de Casos Válidos	303				

a. 0 células (0,0%) esperavam uma contagem menor que 5. A contagem mínima esperada é 39,83.
b. Computado apenas para uma tabela 2x2

Quadro 63 - Pensou seguir carreira militar versus obter informação sobre FFAA.

17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?			Sim	Não	Total
5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	Sim	Contagem	51	30	81
		% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	63,0%	37,0%	100,0%
		% em 17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?	33,1%	20,1%	26,7%
	Não	Contagem	103	119	222
		% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	46,4%	53,6%	100,0%
		% em 17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?	66,9%	79,9%	73,3%
Total	Contagem	154	149	303	
	% em 5. Alguma vez pensou em seguir carreira militar?	50,8%	49,2%	100,0%	
	% em 17. Se desejasse obter informação relativamente às FFAA, saberia como fazê-lo?	100,0%	100,0%	100,0%	

Quadro 64 - O que sabe acerca do regime de contrato nas FFAA

		Frequência	Percentagem	% Válida	% Cumulativa
Válido	Nada	110	36,3	36,3	36,3
	Pouco	130	42,9	42,9	79,2
	Alguma coisa	56	18,5	18,5	97,7
	Bastante	7	2,3	2,3	100,0
	Total	303	100,0	100,0	